



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil Perusahaan**

##### **2.1.1 Gambaran Umum *Suara.com***

*Suara.com* merupakan sebuah portal media yang resmi diluncurkan pada 11 Maret 2014, yang menyediakan berbagai informasi berupa *hard news* dan *soft news*. Nama *Suara.com* dipilih karena *Suara.com* ingin menjadi media yang bisa “menyuarakan” informasi dengan sebaik-baiknya dari berbagai kalangan, tidak hanya dari penguasa, pengusaha, kalangan tertentu, tetapi juga termasuk suara masyarakat. Nama *Suara.com* juga diharapkan dapat memotivasi untuk benar-benar mampu bersuara, bukan hanya media yang ikut-ikutan.

Pada awal peluncurannya, tim yang terbentuk dalam *Suara.com* hanya berkisar 7 atau 8 orang di redaksi yang terdiri atas editor atau redaktur, dan 4 atau 6 orang reporter di lapangan. Berpapasan dengan tahun Pemilihan Presiden (Pilpres 2014), *Suara.com* full memberitakan pilpres dari berbagai sudut pandang dan berbagai kubu, yang ternyata membuat nama *Suara.com* terangkat lebih cepat dibandingkan dengan media lain yang sudah hadir terlebih dahulu. Selain Pilpres 2014, *Suara.com* juga turut memberitakan peristiwa kecelakaan pesawat di tahun yang sama dengan menurunkan salah satu reporternya ke lokasi kejadian. Hal ini membawa dampak positif, terlihat dari lonjakan tahun pertama hingga tahun kedua yang dialami oleh *Suara.com*, dari media yang belum dikenal masyarakat menjadi media dengan *traffic* atau kunjungan yang hampir setara dengan media-media yang telah hadir beberapa tahun atau yang sudah ada dari dulu.

Sejak awal *Suara.com* telah dibentuk menjadi media pemberitaan umum, tetapi tidak hanya berfokus pada berita *hard news* seperti politik, hukum, kriminal, sosial, bisnis, dan lainnya, tetapi juga unggul dengan berita *soft news* seperti *entertainment* dan *lifestyle*. *Hard news* meliputi

politik, hukum, kriminal, bisnis, kemudian juga bola dan *sport*. Sedangkan *soft news* meliputi *entertainment*, *lifestyle*, teknologi, otomotif, masing-masing berada di kanalnya.

Meskipun pada tahun pertama belum tersedia kanal video, tetapi *Suara.com* mencoba untuk memproduksi video sesekali karena belum tersedianya tenaga kerja pada saat itu. Oleh karena itu video atau foto yang disajikan didapatkan dari berbagai desk, baik dari *soft news*, *hard news* atau dari peristiwa-peristiwa.



Gambar 2.1 Laman Web *Suara.com*

Sumber: [www.Suara.com](http://www.Suara.com)

### 2.1.2 Visi dan Misi *Suara.com*

Sama seperti media lainnya, *Suara.com* juga memiliki visi dan misinya tersendiri. Visi dari *Suara.com* antara lain yaitu bertekad untuk menjadi media *online* yang disegani dan independent, senantiasa menampilkan konten-konten yang tidak memihak, dan juga berimbang.

Sementara misi dari *Suara.com* antara lain yaitu sebagai berikut.

- 1) Menjadi media yang merupakan sumber informasi terpercaya, sekaligus memperkaya wawasan pembacanya
- 2) Menjadi bagian dari barisan terdepan upaya media massa Indonesia dalam mencerahkan masyarakat

- 3) Turut mengambil peran sebagai salah satu bagian pilar demokrasi yang bertujuan demi kemajuan bangsa.

### 2.1.3 Logo *Suara.com*



Gambar 2.2 Logo *Suara.com*

Sumber: *Suara.com*

Jenis *font* yang digunakan pada logo *Suara.com* memberikan kesan kuat, gagah, berani, dan dinamis. Dari segi warna, warna yang digunakan adalah merah dan ungu dan terdapat gradasi. Warna merah memberikan kesan berani, informatif dan semangat. Warna ungu memberikan kesan keakraban dan rasa aman. Sementara itu, gradasi memberikan kesan semangat dan keakraban.

### 2.1.4 *Unique Value Proposition Suara.com*

Selain visi dan misi, *Suara.com* juga memiliki *unique value proposition* yang merupakan prinsip yang dipegang sejak awal. *Suara.com* berusaha untuk menjadi media dengan slogan jujur, berimbang, dan *independent*.

#### 1) Jujur

Maksud dari jujur yaitu memberitakan secara apa adanya, semua fakta atau data yang didapatkan harus disampaikan, dan apapun keterangan yang didapatkan dari narasumber tidak diubah-ubah atau ditulis dalam *frame* atau *angle* tertentu.

#### 2) Berimbang

Maksud dari berimbang yaitu *Suara.com* berusaha untuk berimbang dari berbagai kalangan narasumber. Misalnya saat meliput sebuah topik tertentu yang melibatkan narasumber dari pemerintahan, maka

harus ada narasumber dari pengamat, masyarakat, atau dari politisi yang tidak sependapat.

### 3) *Independent*

Maksud dari *independent* yaitu *Suara.com* tidak berada dalam lingkup korporasi besar lainnya, dan sejauh ini tidak pernah terpengaruh oleh penguasa atau politik atau kubu-kubu.

Selain slogan, yang menjadi *unique value proposition* dari *Suara.com* adalah dikembangkannya jenis-jenis konten variatif, oleh karena itu pembaca tidak melulu hanya disodorkan berita-berita *hard news* atau politik. Banyak juga artikel mengenai tips, konten-konten receh, dan lainnya termasuk juga konten viral atau yang bersifat *how to* oleh karena itu sebisa mungkin *Suara.com* memenuhi kebutuhan pembaca.

## **2.1.5 Segmentasi *Suara.com***

Dengan berbagai jenis pilihan konten informasi atau berita yang disajikan, segmentasi audiens di *Suara.com* terdiri atas tiga kategori, yaitu gender, tempat tinggal, dan usia. Dari segi gender, jumlah pembaca laki-laki dan perempuan hampir sama, tetapi sejauh ini lebih banyak sedikit pembaca perempuan. Dari segi tempat tinggal, lebih banyak pembaca yang tinggal di perkotaan, meskipun pembaca yang tinggal di daerah pedesaan atau luar metropolitan semakin bertumbuh sejak dikembangkannya laman suara regional. Dari segi usia, rentang usia pembaca *Suara.com* didominasi oleh usia remaja hingga dewasa, antara usia 17 hingga 35 tahun. Meskipun pembaca remaja hingga dewasa yang dominan, terdapat juga pembaca yang berusia di luar rentang tersebut.

## **2.1.6 Alur Produksi di *Suara.com***

Proses produksi di *Suara.com* hampir sama dengan media lainnya, dimulai dari reporter/fotografer/videografer/penulis kreatif mencari dan mendapatkan bahan atau sumber konten, baik dengan diarahkan (sesuai dengan perencanaan sebelumnya) maupun inisiatif masing-masing. Rata-rata dilakukan di lapangan, termasuk untuk wawancara (meskipun kadang kala juga bisa melalui telepon atau komunikasi lainnya). Untuk

pengarahan, biasanya tim lapangan (reporter dan lainnya) telah diatur dan diarahkan oleh Koordinator liputan (korlip) sejak awal, meskipun bisa saja perencanaan awal tidak sesuai dengan kondisi di lapangan. Biasanya koordinasi akan dilakukan, termasuk untuk memodifikasi rencana liputan melalui berbagai jalur komunikasi. Informasi yang telah ditulis oleh reporter dan personel lapangan lainnya diserahkan (melalui email, dengan pola pengaturan atau SOP tertentu) untuk diperiksa dan disunting oleh redaktur.

Sama seperti penulis lainnya, redaktur juga menulis dengan mengumpulkan bahan informasi sendiri dari berbagai sumber, kemudian diolah atau ditulis sendiri menjadi artikel. Selain menyunting, redaktur juga merangkap menjadi semacam *gatekeeper* yang memastikan konten yang dimaksud layak dimuat atau tidak (proses dilakukan melalui *content management system* atau CMS yang telah tersedia).

Hasil dari artikel yang telah disunting oleh redaktur bisa langsung diterbitkan (dilengkapi dengan foto tambahan atau video jika tersedia), yang sesuai dengan tugas, tanggung jawab, serta kewenangan para redaktur. Atasan para redaktur, mulai dari Asisten Redaktur Pelaksana (Asredpel), Redaktur Pelaksana (Redpel), hingga Pemimpin Redaksi (Pemred) bertugas untuk menjalankan fungsi koordinasi sekaligus kontrol (termasuk memeriksa kekurangan atau apakah terdapat masalah pada konten-konten), serta berkoordinasi dengan divisi pendukung lainnya (termasuk mengoordinasikan maksimalisasi *delivery* atau penyebarannya melalui tim media sosial).

### **2.1.7 Pedoman atau Standar Penulisan di *Suara.com***

Secara umum, penulisan di *Suara.com* berpedoman kepada pedoman media *cyber* dan Undang-undang Pers yang melibatkan Dewan Pers yang telah diatur, tetapi *Suara.com* sendiri juga telah merancang semacam buku panduan peliputan maupun gaya penulisan yang beberapa waktu belakangan ini masih diperbarui kembali, karena perkembangan yang dialami selama dua tahun terakhir. Perubahan tersebut meliputi

adanya laman-laman daerah, penambahan banyak laman daerah, model konten yang baru (antara lain mengembangkan *user generated content* yang perlu diatur tersendiri), model tulisan viral yang semakin banyak diproduksi, model tulisan dari konten kreator. Begitu juga dengan tulisan-tulisan *evergreen*, atau yang berbasis *keyword* SEO untuk kepentingan SEO.

Sebelumnya terdapat panduan yang telah disepakati, yang secara umum panduan peliputan dan penulisan ini hampir serupa dengan yang ada di media lainnya. Untuk peliputan diatur oleh kode etik atau perilaku, atau juga tata cara para wartawan, para reporter dalam meliput secara umum. Sedangkan untuk penulisan juga hampir serupa dengan media lainnya, tidak terlalu kaku dengan bahasa Indonesia yang ada pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), yang penting dapat dipahami oleh pembaca.

### **2.1.8 Struktur Organisasi *Suara.com***

Struktur organisasi dalam PT Arkadia Media Nusantara terbagi menjadi lima bagian yang terdiri dari *Chief Content Officer*, *Chief Technology Officer*, *Chief Finance Officer*, *Chief Sales & Marketing Officer*, dan *Chief Business Development*. Lima bagian tersebut berada dibawah naungan *Board of Director* yang di atasnya terdapat *Board of Commissioner* sebagai bagian tertinggi.

Redaksi *Suara.com* berada dalam bagian *Chief Content Officer* yang menaungi *Managing Editor Head*, dan dibawahnya terdapat *Editor/Assistant Editor*. Untuk *reporter*, *photographer*, dan *content writer* berada dibawah naungan *editor/assistant editor*. Dalam melaksanakan kerja magang di *Suara.com*, penulis berada diposisi reporter.





## **2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait**

Selama melaksanakan kerja magang, penulis ditempatkan sebagai reporter di desk *lifestyle-health* dan regional. Sebagai reporter, penulis membuat 4-5 artikel setiap harinya. Sebelum membuat artikel, penulis harus mencari ide/tema untuk tulisan. Penulis mendapatkan referensi melalui website resmi, yang kemudian ditulis dan dikirimkan kepada mentor atau langsung ke email editor setelah artikel selesai ditulis untuk melalui proses penyuntingan sebelum dipublikasi.

Terkadang penulis juga diberikan tugas peliputan oleh mentor ke berbagai acara, yang dapat diangkat menjadi sebuah artikel yang informatif. Setelah melakukan penulisan hasil liputan, penulis mengirimkan hasil tulisan kepada mentor melalui Whatsapp atau langsung ke email editor untuk diperiksa kembali, dan kemudian dipublikasi.