

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Suara.com

Suara.com resmi diluncurkan pada 11 Maret 2014, menjelang berlangsungnya pesta demokrasi pemilihan umum legislatif dan pemilihan presiden 2014. *Suara.com* merupakan sebuah portal berita berbasis di Jakarta, Indonesia yang dikelola oleh PT Arkadia Media Nusantara dibawah naungan induk perusahaan PT Arkadia Digital Media Tbk. *Suara.com* memiliki portal berita yang menyajikan informasi peristiwa politik, bisnis, hukum, sepakbola, entertainment, gaya hidup, otomotif, sains teknologi hingga jurnalisme warga (*Suara.com*, Tentang Kami, diakses 13 Desember 2021).

PT Arkadia Digital Media Tbk pernah masuk 5 besar peringkat Alexa dalam kategori media-media online di Indonesia. Sejak tanggal 18 September 2018, PT Arkadia Digital Media Tbk resmi melantai di bursa saham dengan kode saham DIGI. Selain *Suara.com*, PT Arkadia Digital Media Tbk memiliki 7 portal vertikal, yaitu:

- Matamata.com : Pemberitaan seputar artis dan dunia hiburan
- Bolatimes.com : Pemberitaan seputar media bola dan olahraga
- Himedik : Pemberitaan seputar kesehatan
- Mobimoto.com : Pemberitaan seputar dunia otomotif
- Hitekno.com : Pemberitaan seputar teknologi, sains, dan *gadget*
- Guideku.com : Pemberitaan seputar *traveling* atau wisata
- Dewiku.com : Pemberitaan seputar perempuan

Suara.com telah resmi terverifikasi menjadi media Cek Fakta di Indonesia dan terverifikasi di International Fact Checking Network (IFCN). Penghargaan yang telah diperoleh oleh *Suara.com*, yaitu pemenang penulisan MH Thamrin Award, Media Peduli Isu Perempuan dan Anak, dan juga penghargaan karya fotografi.

Awal mula *Suara.com* berkembang hingga saat ini, karena adanya Pemilihan Presiden di tahun 2014 tersebut. Pada tahun 2014 tersebut *Suara.com* memiliki agenda penting tentang pemilihan presiden, yang akhirnya mendongkrak nama *Suara.com* dengan cepat di antara media-media lain yang ada lebih dulu dibandingkan *Suara.com*.

Pada saat itu *Suara.com* fokus memberitakan tentang Pilpres di tahun 2014 tersebut. Lalu, pada saat itu juga ada peristiwa kecelakaan pesawat hingga *Suara.com* menurunkan satu reporter untuk melaporkan berita di tempat kejadian. Pada tahun pertama tersebutlah *Suara.com* masuk ke dalam 10 besar media online di Indonesia.

Suara.com terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi dengan cara berinovasi. *Suara.com* berinovasi dengan membuat divisi Multimedia, yang dimana divisi Multimedia tersebut membantu memvisualisasikan pemberitaan yang ada. Jadi *Suara.com* tidak hanya memberitakan dalam bentuk artikel, tetapi juga membuat visual dari artikel tersebut. Lalu tidak hanya memanfaatkan website, *Suara.com* juga mengikuti perkembangan teknologi dengan menggunakan berbagai media sosial yang ada seperti *TikTok*, *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Dailymotion*.

2.1.2 Visi dan Misi

Visi dari *Suara.com* pada dasarnya menyesuaikan visi induk perusahaan, yaitu bertekad menjadi media online yang disegani dan independent, senantiasa menampilkan konten-konten yang tidak memihak, juga berimbang. Lalu misi dari *Suara.com* yang pertama dapat menjadi media yang merupakan sumber informasi terpercaya sekaligus juga memperkaya wawasan pembacanya. Kedua, menjadi bagian dari barisan terdepan upaya media massa Indonesia dalam mencerahkan masyarakat, dalam artian memberikan masyarakat informasi yang jernih dan benar. Ketiga, turut mengambil peran sebagai salah satu bagian pilar demokrasi yang bertujuan demi kemajuan bangsa.

2.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan



Sumber: *Suara.com*

Gambar 2.1 merupakan logo baru dari *Suara.com* yang diubah sejak tahun 2020. Dikutip dari dokumen *Suara.com*, alasan mengganti bentuk logo

tersebut karena ingin mempertegas nama dari *Suara.com*. Nama *Suara.com* memiliki arti yaitu ingin menjadi media yang bisa menyuarakan informasi dari siapapun. Bukan hanya dari penguasa, pengusaha, atau dari kalangan tertentu tetapi dari public sendiri.

Untuk pemilihan warna dari logo *Suara.com* ini memiliki perpaduan warna merah dengan biru yang dapat difilosofikan memberi kesan berani, lebih informatif, dan lebih memiliki semangat. Lalu ada unsur warna ungu yang memiliki kesan keakraban dan rasa aman. Untuk font sendiri berbeda dengan logo sebelumnya, logo *Suara.com* terbaru memiliki font yang lebih tebal dibandingkan sebelumnya.

2.1.4 Sejarah Divisi Multimedia

Divisi multimedia muncul pada tahun 2016, ketika mulai adanya Facebook Live dan adanya entertainment yang membuat divisi multimedia mengundang berbagai film yang sedang promo. Pada saat itu divisi multimedia belum memiliki videografer dan kreatif, hanya ada satu orang editor dan satu kreatif yang tidak tetap.

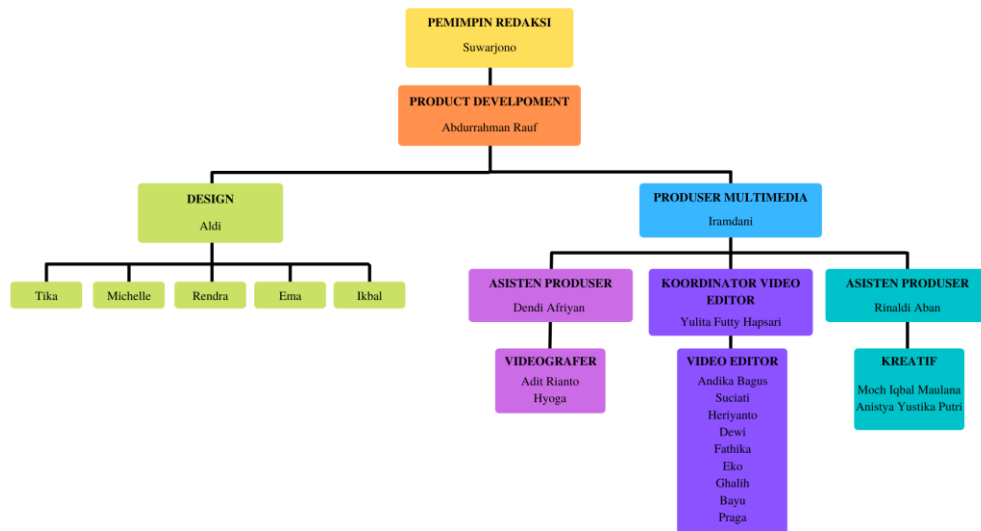
Divisi multimedia mulai berkembang dan menambah anggota di divisi multimedia yaitu satu produser, dua asisten produser, satu video editor, dan satu design. Setelahnya divisi multimedia memiliki banyak kebutuhan untuk menjual video sebagai penghasilan untuk *Suara.com*. Maka dari itu, divisi multimedia mulai menambah anggota kembali dan membentuk tim tetap. Awalnya divisi multimedia membuat program sendiri untuk diunggah ke *YouTube* dan *Dailymotion*. Karena kebutuhan semakin banyak, maka tim desain grafis dipindahkan menjadi divisi individu, tidak bernaung di dalam divisi multimedia. Jadi divisi multimedia hanya memiliki tim kreatif, videografer, dan video editor. Divisi multimedia ini berfungsi untuk membantu keseluruhan redaksi, mulai dari *Suara.com*, *Matamata.com*, dan portal redaksi lainnya yang ada di PT Arkadia Digital Media Tbk.

Awalnya divisi multimedia hanya berada di Jakarta, tetapi mulai melebar ke Jogja. Tim Jogja sudah terbentuk di awal sebagai redaksi di *Suarajogja.id*. Karena *Suarajogja.id* membutuhkan video editor untuk mereka membuat

konten, akhirnya produser divisi multimedia membentuk tim multimedia di Jogja tersebut.

Jadi jika disimpulkan, berbagai divisi dan redaksi menyerahkan tugas yang berbentuk visual kepada divisi multimedia. Seperti redaksi berita membutuhkan video editor untuk mengolah video reporter lalu diunggah ke *YouTube* dan *Dailymotion*. Divisi multimedia juga membuat konten berita *hard news* yaitu video berita Direktori yang diunggah setiap hari untuk mengisi kekosongan di *YouTube Suara.com*. Tidak hanya itu divisi multimedia juga membuat beberapa program, liputan khusus dan video sales untuk menaikkan nama *Suara.com*.

Bagan 2. 1 Struktur Redaksi Suara.com



Sumber: *Suara.com*

Bagan 2.1 menunjukkan struktur redaksi di *Suara.com*. Struktur kepemimpinan di *Suara.com* dipimpin oleh Suwarjono. Lalu membawahi beberapa divisi, salah satunya adalah divisi *Product Development* yang dipimpin oleh Abdurrahman Rauf. *Product Development* terbagi menjadi dua divisi, yaitu *Design* dan *Multimedia*. Divisi multimedia yang merupakan divisi tempat penulis melakukan kerja magang. Dalam divisi multimedia ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu, tim kreatif, videografer, dan video editor. Dalam tim video editor, penulis melakukan kerja magang untuk membantu tim video editor.

Divisi multimedia ini dipimpin oleh produser yaitu Iramdani. Lalu produser juga memiliki dua asisten produser dan 1 koordinator video editor dalam membantu melakukan pekerjaannya. Asisten produser dalam divisi multimedia *Suara.com* yaitu Dendi Afriyan dan Rinaldi Aban. Lalu koordinator video editor yaitu Yulita Futy Hapsari. Ketiga orang tersebut memiliki pekerjaan masing-masing. Pertama, Dendi membawahi tim videografer yaitu Adit Rianto dan Hyoga. Kedua, Aban membawahi tim kreatif yaitu Moch Iqbal dan Anistya. Ketiga, Futy membawahi tim video editor yaitu Bagus, Suciati, Heriyanto, Dewi, Fathika, Eko, Ghalih, Bayu, dan Praga.

Pada saat penulis melakukan kerja magang, penulis dibimbing oleh Asisten Produser yaitu Rinaldi Aban dan juga koordinator video editor yaitu Yulita Futy Hapsari. Mereka juga yang mengkoordinasikan tugas kepada penulis.

Divisi multimedia ini membuat beberapa konten video dan juga melayani pembuatan video untuk *Sales* atau pelanggan yang membutuhkan jasa divisi multimedia. Divisi multimedia biasanya mengerjakan tugas dari *Sales* tersebut sesuai dengan kemauan dari *Sales*. Lalu ide konten tersebut akan dibuat oleh tim kreatif. Proses syuting dilakukan oleh tim kreatif dan tim videografer. Lalu tim video editor yang akan mengolah video tersebut.

Selain membuat konten untuk *Sales*, divisi multimedia juga memiliki konten video khusus dari divisi multimedia *Suara.com*. Konten video tersebut adalah video berita *Facebook* Suara, video berita Direktori, dan video Liputan Khusus. Dan juga tidak hanya memiliki konten video sendiri tetapi juga divisi multimedia membantu divisi lain yang membutuhkan jasa pembuatan video. Seperti media *Matamata.com* yang mempercayai divisi multimedia untuk membuat konten video berita *infotainment* seperti video berita *Facebook* Matamata dan video berita "*Video of The Day*".

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Pada divisi multimedia terdiri dari tim videografer, tim kreatif, dan tim video editor. Masing-masing tim memiliki tugas yang berbeda. Tim videografer bertugas dalam mengambil gambar yang dibutuhkan untuk konten divisi multimedia.

Contohnya adalah mengambil gambar untuk video liputan khusus dan program yang dijalankan divisi multimedia. Selain itu juga tim videografer bertugas untuk mengambil gambar untuk konten *Sales* yang dibutuhkan. Tim kreatif yang membuat ide konten dan memberikan materi video yang akan dibuat di konten harian divisi multimedia kepada video editor.

Lalu tim video editor merupakan salah satu tim yang berada di dalam divisi multimedia *Suara.com*. Penulis melakukan kerja magang sebagai tim video editor di divisi multimedia *Suara.com*. Tim video editor memproduksi konten-konten berita baik berupa *hard news* sampai *soft news*. Konten berita tersebut dikemas menjadi sebuah video atau visual yang informatif untuk diberikan kepada masyarakat. Tim video editor multimedia *Suara.com*, menyebarluaskan konten yang mereka miliki ke berbagai media sosial yang mereka punya. Media sosial tersebut yaitu *YouTube*, *Dailymotion*, *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, dan *Twitter*. Tetapi tim video editor hanya bertugas dalam mengunggah video ke beberapa media sosial seperti *YouTube* dan *Dailymotion*. Mengunggah hasil olahan video lainnya adalah tugas dari tim Sosmed.

Setiap harinya tim video editor mengerjakan tugas masing-masing. Seperti penulis yang rutin mengerjakan konten-konten berita yang siap tayang setiap harinya. Anggota lain ada yang mengerjakan olahan video program yang ditayangkan sesuai dengan jadwal yang ditentukan. Selain mengolah video berita, dalam tim video editor ada beberapa anggota yang memegang pekerjaan mengolah video untuk *Sales* seperti video untuk Kemendikbud hingga PUPR. Tetapi karena penulis melaksanakan kerja magang sebagai jurnalis, maka penulis tidak memegang konten untuk *Sales* hanya memegang konten-konten berita. Penulis hanya melakukan pengolahan video konten yang dimiliki oleh divisi multimedia, yaitu video berita *Facebook*, “Video of The Day”, video berita direktori, video reporter, dan video liputan khusus.

Tim video editor memiliki 9 orang video editor tetap dan 4 orang video editor magang. Tetapi karena divisi multimedia memiliki 2 lokasi kantor berbeda, maka video editor tersebut terbagi menjadi 2 lokasi kantor berbeda juga. 3 video editor tetap dan 2 video editor magang berada di kantor *Suara.com* Jakarta, lalu 6 video editor tetap dan 2 video editor magang berada di kantor *Suara.com* Jogjakarta. Pada

tim video editor Jakarta, 3 orang video editor melakukan pengolahan video untuk *Sales* dan 2 video editor magang mengolah video konten yang dimiliki oleh divisi multimedia *Suara.com*. Untuk menjaga komunikasi antara tim video editor Jakarta dan Jogjakarta, kami memiliki grup *Whatsapp* khusus untuk tim video editor multimedia *Suara.com*. Tetapi penulis hanya dimasukkan ke dalam 2 grup *Whatsapp*, yaitu grup “Editor Jakarta” yang berisikan tim video editor di Jakarta dan grup “Anaknya Aban & Dendy” yang berisikan anggota magang di divisi multimedia *Suara.com*. Maka dari itu penulis tidak mengetahui koordinasi yang dilakukan dalam grup tim video editor Multimedia *Suara.com* yang merupakan grup gabungan untuk tim video editor Jakarta dan Jogjakarta.

Tim video editor terkadang tidak hanya bekerja pada *post* produksi, tetapi dapat juga bekerja pada saat produksi, yaitu mengolah konten-konten berita harian. Tetapi lebih banyak anggota divisi video editor yang hanya bekerja pada *post* produksi, karena semua materi sudah disiapkan oleh divisi kreatif. Alur kerja divisi video editor dibagi sesuai dengan penugasan dari koordinator video editor, yaitu Fuddy. Jadi penulis biasanya mendapatkan tugas dari Fuddy dan disampaikan melalui *Whatsapp* secara pesan pribadi. Divisi multimedia *Suara.com* juga memiliki grup *Whatsapp* khusus untuk anak magang divisi multimedia di kantor *Suara.com* Jakarta. Grup tersebut berisi para pembimbing lapangan dan anak-anak magang di divisi multimedia. Biasanya grup tersebut dipergunakan untuk pembimbing lapangan koordinasi memberikan tugas kepada anak magang. Tetapi pembimbing lapangan tidak selalu memberikan tugas kepada video editor magang di grup tersebut, lebih sering mereka memberikannya melalui pesan pribadi di *Whatsapp*.