

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Profil *Detikcom*

Dikutip dari profil perusahaan, *Detikcom* sendiri merupakan media digital terpopuler dan terbesar di Indonesia. Selain itu, *Detikcom* memiliki konsep *breaking news* dalam menyajikan informasi peristiwa terkini dan juga gaya hidup. Sekarang ini *Detikcom* melakukan transformasi menjadi gerbang dari semua layanan di dalam ekosistem CT Corp (*Detiknetwork*, 2021, p. 2).

Detikcom sendiri didirikan oleh beberapa orang, antara lain Budiono Darsono (eks wartawan Tempo dan Tabloid Detik), Abdul Rahman (eks wartawan SWA), dan Didi Nugrahadi. *Detikcom* memiliki domain “*detik.com*” yang aktif dan bisa digunakan sejak 29 Mei 1998, *Detikcom* mulai beroperasi dalam memproduksi konten berita pada 9 Juli 1998. (*Detiknetwork*, 2021).

Pada awal keberadaannya, *Detikcom* dibangun dengan ide untuk menyajikan berita-berita terkini yang berkesinambungan. Produksi berita ketika itu tidak lagi harus menggunakan karakteristik media cetak harian, mingguan, maupun bulanan, namun dihadirkan dengan konsep *breaking news*. *Detikcom* pada awal perintisannya memiliki kantor di ruangan kecil di bawah balkon Stadion Lebak Bulus yang kini sudah dialihfungsikan. Seiring perkembangannya *Detikcom* mulai menjadi media yang banyak dinikmati masyarakat Indonesia (*Detiknetwork*, 2021).

Pada 3 Agustus 2011, *Detikcom* menjadi bagian dari Transmedia. *Detikcom* pada saat itu diakuisisi CT Corp yang dimiliki oleh Chairul Tanjung. Beberapa nilai yang sudah ada di *Detikcom* tetap dipertahankan oleh pemilik barunya. Nilai-nilai tersebut antara lain media independen dan netral, semangat inovasi, serta kreativitas dan *entrepreneurship*. Nilai-nilai tersebut yang menjadi roda pedoman bisnis dari *Detikcom* (*Detiknetwork*, 2021, p. 4).

Pada 2019 *Detikcom* terus bertransformasi menjadi “*beyond media*”, Posisi *Detikcom* saat itu sudah diakuisisi oleh CT Corp, namun masih dalam naungan PT

Agranet Multicitra Siberkom. Barulah di 2019 berubah menjadi PT Trans Digital Media. Hal tersebut menandakan bahwa *Detikcom* resmi bergabung dengan *Detik Network* yang di dalamnya terdapat beberapa media di bawah naungan CT Corp, seperti *CNN Indonesia*, *CNBC Indonesia*, *Hai Bunda*, *Insertlive*, *Female Daily*, dan *Beautynesia* (*Detiknetwork*, 2021).

Gambar 2.1 Tampilan *Detikcom* di berbagai platform



Sumber: Dok. Perusahaan

Gambar 2.1 memperlihatkan tampilan dari *Detikcom* di beberapa platform seperti *mobile*, *desktop*, dan *apps*. Tampilan paling kiri merupakan tampilan *Detikcom* jika diakses secara *mobile*. Jadi ketika pengguna mengakses dari mesin pencari, maka tampilan *Detikcom* akan seperti digambar paling kiri. Kemudian, di tengah merupakan tampilan *website Detikcom* jika diakses menggunakan *desktop*. *Detikcom* juga memiliki aplikasi sendiri yang bisa diunduh di *Play Store* ataupun *Apps Store*. Tampilan aplikasi *Detikcom* akan seperti gambar yang berada di sebelah kanan.

Dikutip dari profil perusahaannya, *Detikcom* memiliki jumlah total *pageviews* sebanyak 17 miliar pengunjung selama setahun di berbagai platform.

Tak hanya itu, total pengunjung dalam setahun mencapai 462 juta, serta 162 juta pengguna yang telah memutar video di *Detikcom* selama satu tahun. Data-data tersebut diambil pada Desember 2020 dari tiga *platform* seperti di atas, yaitu *desktop*, *apps*, dan *mobile* (*Detiknetwork*, 2021).

Detikcom sebagai media dengan basis digital juga memanfaatkan kehadiran media sosial. Sampai April 2021 *Detikcom* memiliki media sosial seperti Instagram dengan 2,9 juta pengikut, Facebook dengan 5,1 juta pengikut, Twitter dengan 16,8 juta pengikut, TikTok dengan 226,7 ribu pengikut, serta YouTube dengan 1,53 juta pengikut. Hal tersebut menandakan bahwa *Detikcom* tidak hanya menjadi media *online* yang ada di *website* dan aplikasi, namun juga memanfaatkan media sosial untuk distribusi berita (*Detiknetwork*, 2021, p. 7).

Gambar 2.2 Target pasar *Detikcom*



Sumber: Dok. Perusahaan

Gambar 2.2 menjelaskan tentang target pasar yang dituju oleh *Detikcom*. *Detikcom* sebagai salah satu media terbesar memiliki tiga penggolongan target pasar yaitu Gen Z (18 – 24 tahun), Millennial (25 – 40 tahun), dan Elite (41 tahun ke atas). Target pasar yang luas ini menjadikan *Detikcom* sebagai media *online* dan pengiklan terbesar (*Detiknetwork*, 2021).

Di dalam domain “detik.com” terdapat beberapa kanal yang fungsinya menyajikan berita-berita tentang isu-isu atau topik yang sudah dikelompokkan. Kanal-kanal tersebut memiliki fungsi dan tugasnya masing-masing, sehingga bisa dipastikan tidak ada kanal yang tumpang tindih. Kanal-kanal tersebut antara lain:

a. *DetikNews*

Gambar 2.3 Logo *DetikNews*

The logo for DetikNews features the word "detiknews" in a lowercase, sans-serif font. "detik" is in blue and "news" is in red. The logo is centered within a white rectangular box that is placed over a large, light blue watermark of the letters "UIN" in the background.

Sumber: Dok. Perusahaan

DetikNews merupakan salah satu kanal dalam *Detikcom* yang menghadirkan berita seputar peristiwa harian, kecelakaan, kriminal, hukum, berita unik, politik, serta liputan khusus di Indonesia dan luar negeri. Di dalam *DetikNews* juga terdapat beberapa sub-kanal dengan kategori seperti Terpopuler, *Hoax or Not*, Suara Pembaca, Pemilu 2024, dan *The Matchmaker*.

b. *DetikFinance*

Gambar 2.4 Logo *DetikFinance*

The logo for DetikFinance features the word "detikfinance" in a lowercase, sans-serif font. "detik" is in blue and "finance" is in a teal color. The logo is centered within a white rectangular box that is placed over a large, light blue watermark of the letters "UIN" in the background.

Sumber: Dok. Perusahaan

DetikFinance adalah kanal yang menyuguhkan berita dan informasi terkait bisnis finansial, ekonomi, perbankan, investasi, dan keuangan. Di dalam kanal *DetikFinance* terdapat beberapa sub-kanal seperti Finansial, Infrastruktur, Properti, Energi, dan sebagainya.

c. *DetikHot*

Gambar 2.5 Logo *DetikHot*



Sumber: Dok. Perusahaan

DetikHot salah satu kanal yang terdapat di dalam *Detikcom*. *DetikHot* dirancang untuk menyuguhkan berita terkait selebriti, musik, film, KPOP, seni dan budaya. Topiknya lebih cenderung ke *entertainment* dan *pop culture*.

d. *DetikInet*

Gambar 2.6 Logo *DetikInet*



Sumber: Dok. Perusahaan

DetikInet merupakan sebuah kanal yang berada di dalam *Detikcom*, secara lebih spesifik membahas berita seputar teknologi informasi dan komunikasi terkini. *DetikInet* juga mengulas topik-topik terkait internet, *gadget*, *game*, media sosial, aplikasi, fotografi, komputer, dan perangkat lunak.

e. *DetikSport*

Gambar 2.7 Logo *DetikSport*



Sumber: Dok. Perusahaan

DetikSport adalah kanal yang menyuguhkan berita-berita seputar olahraga di sektor sepakbola, Moto GP, basket, tenis, bulutangkis, Formula 1, dan olahraga-olahraga lainnya. Di dalam kanal *DetikSport* juga terdapat informasi terkait klasemen dan jadwal pertandingan olahraga.

f. *DetikOto*

Gambar 2.8 Logo *DetikOto*

The logo for DetikOto features the word "detikoto" in a bold, lowercase, blue sans-serif font. The text is centered within a white rectangular box that is superimposed on a large, light blue circular background.

Sumber: Dok. Perusahaan

DetikOto merupakan sebuah kanal dalam *Detikcom* yang menyuguhkan berita-berita terkait otomotif baik dalam maupun luar negeri. Secara lebih dalam memuat berita mengenai informasi, *event*, modifikasi, konsultasi, komunitas, review dan foto.

g. *DetikTravel*

Gambar 2.9 Logo *DetikTravel*

The logo for DetikTravel features the word "detiktravel" in a lowercase, sans-serif font. The word "detik" is in blue and "travel" is in orange. The text is centered within a white rectangular box that is superimposed on a large, light blue circular background.

Sumber: Dok. Perusahaan

DetikTravel merupakan salah satu kanal yang berada di *Detikcom*, secara lebih spesifik menyuguhkan berita tentang informasi wisata, profil destinasi Indonesia dan luar negeri, *itinerary*, cerita perjalanan, foto *traveling*, dan tips-tips terkait liburan.

h. *DetikHealth*

Gambar 2.10 Logo *DetikHealth*

A large, light blue watermark is visible in the background of the page. It consists of the text "UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA" arranged in three lines: "UNIVERSITAS" on the top line, "MULTIMEDIA" on the middle line, and "NUSANTARA" on the bottom line. The letters are in a bold, sans-serif font.

The logo for detikhealth features the word "detikhealth" in a lowercase, sans-serif font. "detik" is in blue and "health" is in green.

Sumber: Dok. Perusahaan

DetikHealth adalah kanal di *Detikcom* yang memproduksi berita terkait tips dan informasi kesehatan yang meliputi penyakit, diet, parenting, seks, dan obat. *DetikHealth* juga menyediakan konsultasi bersama dokter dan kalkulator kesehatan.

i. *DetikFood*

Gambar 2.11 Logo *DetikFood*

The logo for detikfood features the word "detikfood" in a lowercase, sans-serif font. "detik" is in blue and "food" is in orange.

Sumber: Dok. Perusahaan

DetikFood merupakan salah satu kanal yang menyuguhkan informasi berita seputar kuliner, resep, *review* tempat makan, makanan anak dan makanan yang sehat. Terdapat juga video tentang resep, *cooking class*, dan tips memasak.

j. *Wolipop*

Gambar 2.12 Logo *Wolipop*

The logo for wolipop lifestyle features the word "wolipop" in a lowercase, sans-serif font. "woli" is in pink and "pop" is in red. The word "lifestyle" is written in a smaller, black, sans-serif font above "pop".

Sumber: Dok. Perusahaan

Wolipop merupakan kanal yang menghadirkan berita tentang inspirasi gaya hidup bagi perempuan di era sekarang. *Wolipop* menyuguhkan informasi mulai dari *fashion*, kecantikan, percintaan, perkawinan, seks, hingga ramalan zodiak.

k. *20 Detik*

Gambar 2.13 Logo *20Detik*

The logo for 20Detik, featuring the number '20' in red and 'DETIK' in black.

Sumber: Dok. Perusahaan

20Detik menghadirkan video berita mengenai peristiwa terkini di Indonesia, teknologi, otomotif, olahraga, musik, *entertainment* hingga *lifestyle*.

1. *PasangMata*

Gambar 2.14 Logo *PasangMata*



Sumber: Dok. Perusahaan

PasangMata merupakan kanal yang menyediakan ruang dan menjadi wadah bagi siapapun yang ingin membagikan berita ataupun informasi peristiwa.

2.1.1 Kanal DetikInet

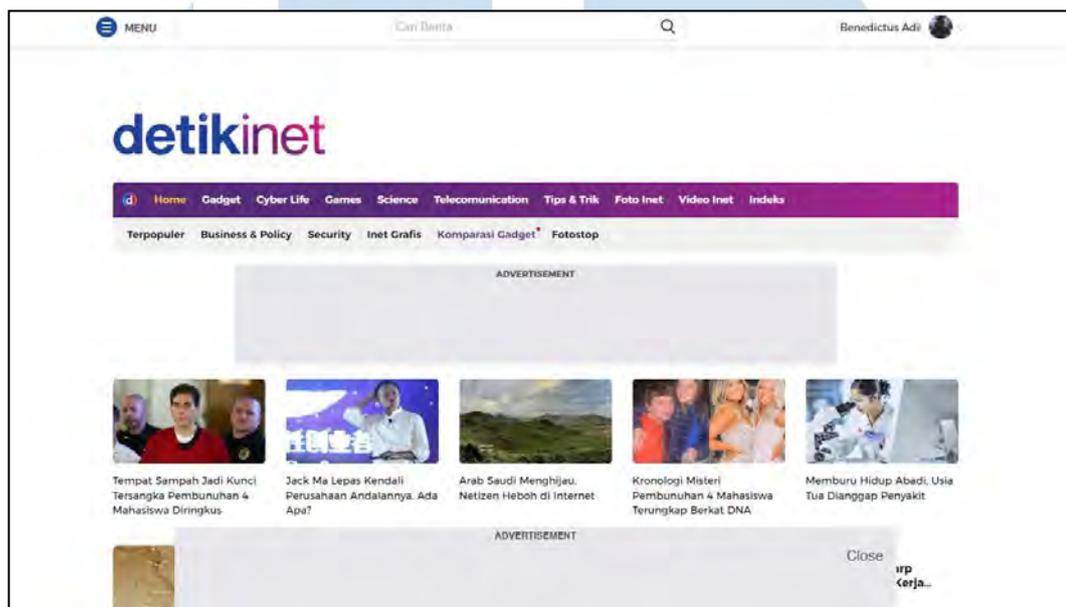
Detikcom sendiri dalam perkembangannya tidak hanya menyuguhkan berita-berita terkait isu sosial, politik, dan kemasyarakatan. *Detikcom* memiliki kanal-kanal yang dikategorikan berdasarkan tema berita, sehingga masyarakat akan lebih mudah mencari berita-berita terkait. Salah satu kanal yang ada di dalam *Detikcom* adalah *Detikinet*.

Detikinet sebagai bagian dari *Detikcom* yang merupakan perusahaan media yang terdaftar di Dewan Pers memiliki kantor yang beralamatkan di Gedung Trans TV Jl. Kapten P. Tendean Kav 12-14 A Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Penulis sebagai pemegang di *Detikinet* memiliki tempat kerja yang cukup fleksibel. Penyelenggara magang dalam hal ini *Detikcom* masih menerapkan pola kerja *hybrid* (WFO dan WFA), baik untuk pemegang maupun jurnalis tetap.

Secara lebih fokus, penulis melakukan kerja magang di *Detikcom* di kanal *DetikInet*. *DetikInet* sendiri merupakan salah satu kanal dari *Detikcom* yang

menyuguhkan berita atau informasi seputar teknologi informasi dan komunikasi. Cakupannya mulai dari internet, *gadget*, *game*, media sosial, aplikasi, fotografi, komputer, dan perangkat lunak.

Gambar 2.15 website *DetikInet*

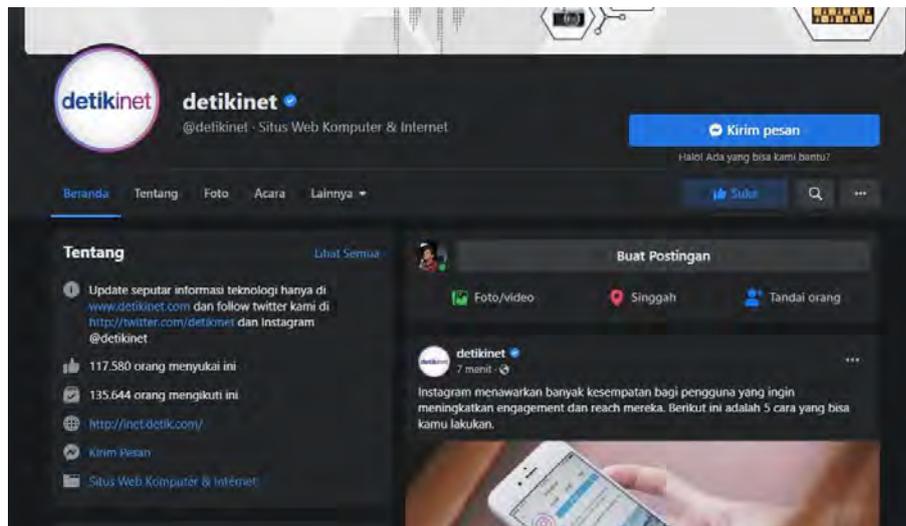


Sumber: Laman inet.detik.com

Gambar 2.15 merupakan kanal dari *DetikInet*, kanal tersebut merupakan kanal tempat penulis melakukan kerja magang. Selain terdapat sub-kanal di dalamnya, *DetikInet* juga menghadirkan kemudahan bagi pengguna atau pengakses dalam melakukan komparasi antar gadget di sub-kanal Komparasi Gadget. Di dalam Komparasi Gadget, pengguna bisa mencari harga termurah dari jenis gadget yang akan dicari. Pengakses juga bisa mendapatkan informasi lengkap seputar spesifikasi gadget.

Gambar 2.16 Akun Facebook *DetikInet*

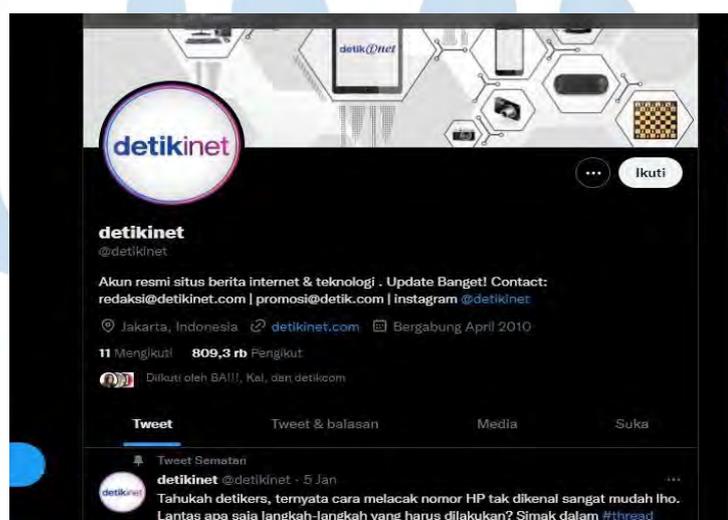
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Sumber: Facebook detikinet

Dalam rangka menjangkau target pasar dari *Detikcom*, setiap kanal dari *Detikcom* memanfaatkan media sosial mulai dari Facebook, Twitter, dan Instagram. Gambar 2.16 merupakan laman Facebook dari *DetikNet* yang digunakan untuk mengunggah ulang artikel yang sudah atau baru tayang dengan menggunakan *caption* yang lebih singkat disertai dengan *link* artikel atau beritanya. Sampai saat penulis membuat laporan ini, laman Facebook *DetikNet* memiliki 135.644 orang yang mengikuti.

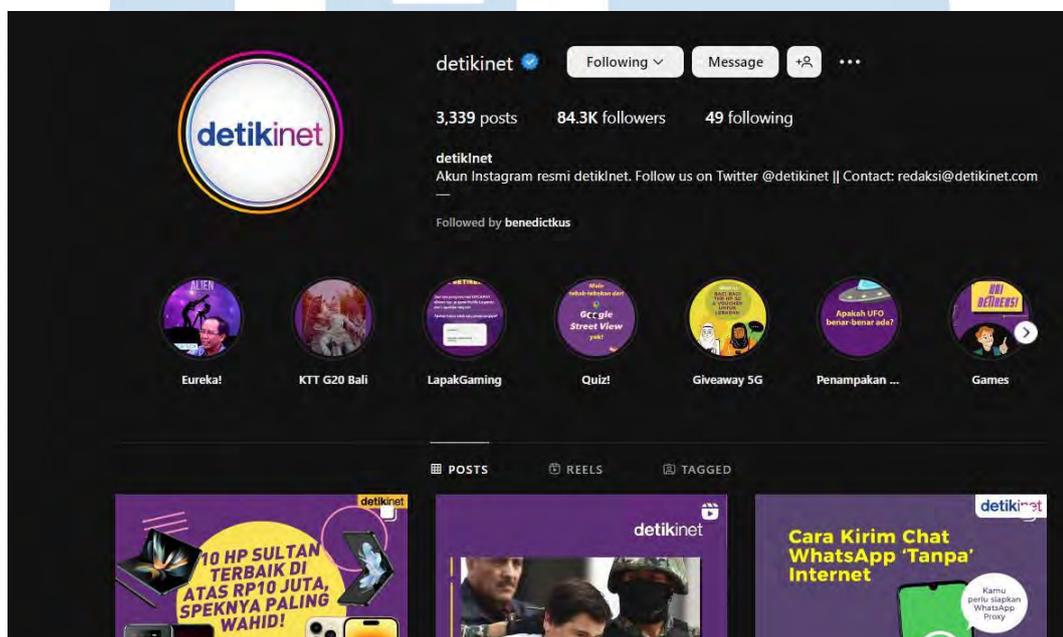
Gambar 2.17 Akun Twitter *DetikNet*



Sumber: Twitter @detikinet

Gambar 2.17 merupakan tangkapan layar dari akun Twitter dari *DetikInet* dengan nama pengguna @detikinet. Akun Twitter *DetikInet* memiliki fungsi yang kurang lebih sama dengan akun Facebook. Perbedaannya adalah target pasar atau pengguna dari Facebook yang tergolong di usia *elite*, sementara Twitter lebih menjangkau usia Gen Z dan millennial. Twitter juga memungkinkan pengguna media sosialnya untuk aktif dalam memberikan interaksi berupa komentar, *like*, *retweet*, maupun *share*.

Gambar 2.18 Akun Instagram *DetikInet*



Sumber: Instagram @detikinet

Gambar 2.18 adalah akun Instagram dari *DetikInet* yang resmi. Di Instagram konten yang dibuat adalah konten artikel yang sudah tayang di *website DetikInet*. Selain itu, terdapat beberapa jenis konten yang tidak terdapat di *platform* lain, seperti Instagram *story*, *live IG*, dan juga kuis. Hingga ketika penulis membuat laporan ini, akun Instagram *DetikInet* sudah memiliki 3.339 unggahan dan 84.3K pengikut.

2.2 Visi dan Misi *Detikcom*

Detikcom sebagai salah satu media digital di Indonesia memiliki visi “*Digital Life Gateway*”. Maksud dari visi tersebut adalah media massa yang memberitakan

informasi dengan cepat dan terpercaya, juga mampu memberikan layanan yang terintegrasi satu dengan lainnya.

Kemudian, dikutip dari profil perusahaan misi dari *Detikcom* adalah sebagai berikut:

A. *Fastest, Trusted & Independent*

Maksud dari misi yang pertama adalah *Detikcom* sebagai media memberitakan informasi dengan terpercaya, secara lebih cepat dan tentunya akurat. Kemudian, *Detikcom* juga selalu berpijak pada independensi dan juga keberimbangan. Selain itu, *Detikcom* menyampaikan dengan cara yang lugas, memikat dan informatif dengan jenis varian konten yang lengkap.

B. *Leading Technology*

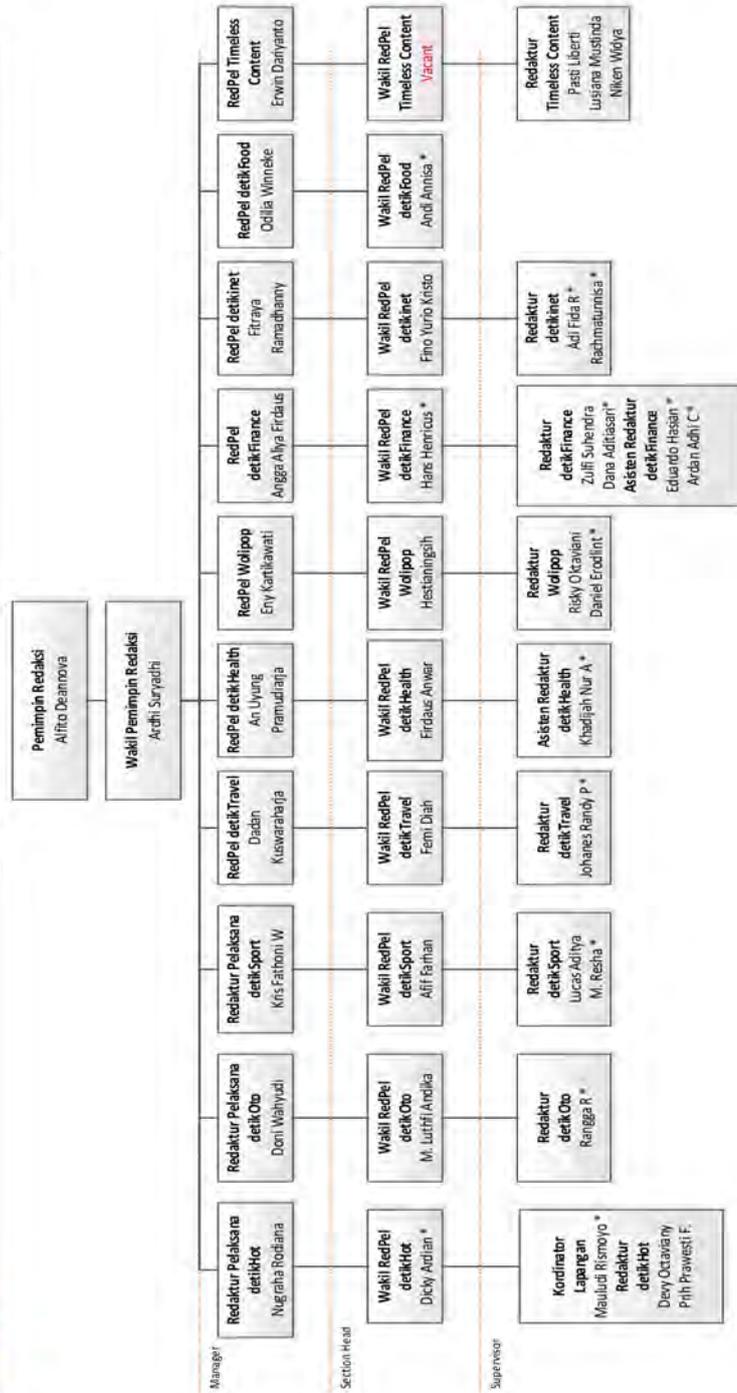
Maksud dari misi yang kedua adalah selalu berinovasi dan juga membangun produk dengan teknologi terdepan secara terukur.

2.3 Struktur Organisasi *Detikcom*

Berdasarkan profil perusahaan yang diberikan Alika selaku *Human Capital* dari *DetikNetwork* berikut susunan redaksi atau struktur organisasi dari Divisi *Lifestyle Detikcom*:

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**STRUKTUR ORGANISASI
 PT. TRANS DIGITAL MEDIA
 DIVISI LIFESTYLE CONTENT**



Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

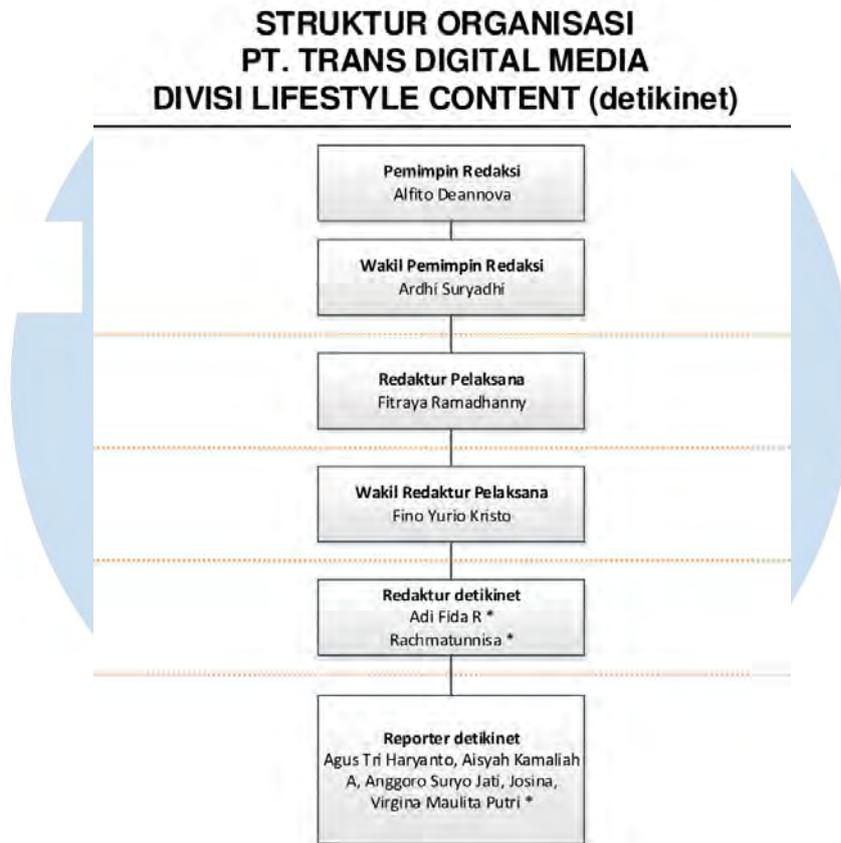
2.4 Ruang Lingkup *DetikInet*

Kanal *DetikInet* sehari-hari memproduksi berita terkait isu-isu seputar teknologi informasi dan komunikasi terkini. Dalam penuturannya, Fitriya Ramadhanny selaku Redaktur Pelaksana *DetikInet* menuturkan bahwa tugas dari seorang jurnalis tetap di kanal *DetikInet* biasanya memproduksi 5 sampai 10 artikel atau berita dalam sehari. Namun, khusus untuk seorang pemegang beban yang diberikan tidak sebanyak jurnalis tetap. Selain itu, pemegang juga diberikan topik dan isu yang berbasis SEO dan *timeless* artikel. Maksud dari artikel *timeless* adalah artikel berbasis *softnews* seputar tips dan trik atau *tutorial*.

Biasanya dalam rapat redaksi, seorang Redaktur Pelaksana akan memberikan topik-topik kepada para jurnalis di *desk* tersebut. Namun, secara khusus untuk artikel berbasis SEO dan *timeless* melibatkan *SEO Specialist*. Tugasnya adalah untuk memberikan kata kunci yang memiliki potensi besar dicari oleh pengguna mesin pencari seperti *Google*. Selain itu, tugas *SEO Specialist* juga meriset target rata-rata pengunjung serta menyisipkan *link* artikel atau berita yang menjadi urutan pertama di mesin pencari.



Gambar 2.20 Struktur kepemimpinan untuk *Detikinet*



Sumber: Dok. Perusahaan

Gambar 2.20 menunjukkan garis kepemimpinan di *DetikInet*, redaktur pelaksana dipegang oleh Fitraya Ramadhanny. Secara luas, tugas dari redaktur pelaksana adalah sebagai penanggung jawab untuk artikel yang naik serta merangkap sebagai editor. Selain itu, biasanya seorang redaktur pelaksana dalam kanal-kanal di *Detikcom* berperan dalam membagi topik atau isu yang harus dipegang masing-masing jurnalis atau reporter.

Selain redaktur pelaksana terdapat juga wakil redaktur pelaksana. Tugas yang dimiliki oleh seorang wakil redaktur pelaksana kurang lebih sama dengan redaktur pelaksana. Wakil redaktur pelaksana *DetikInet* saat ini dipegang oleh Fino Yuri Kristo bertugas untuk menjadi editor. Tugas utamanya kurang lebih

menyunting artikel dan memasukkannya ke dalam CMS untuk tayang di *website*. Wakil redaktur pelaksana juga terkadang memproduksi berita serta memilah topik atau isu untuk dikerjakan masing-masing reporter.

Di bawah wakil redaktur pelaksana terdapat redaktur atau sebelumnya bernama asisten redaksi. Tugas pokok dari redaktur adalah sebagai gerbang masuk dan tayangnya berita informasi atau artikel di *DetikInet*. Adi Fida dan Rachmatunnisa bertugas dalam mengelola akun surat elektronik dari redaksi *DetikInet*. Setiap reporter yang memproduksi berita dikirimkan ke alamat surel tersebut. Nantinya, antara redaktur pelaksana, wakil redaktur pelaksana, atau redaktur akan menyunting berita tersebut hingga layak untuk tayang. Jadi, kurang lebihnya redaktur memiliki peran yang sama seperti editor, serta bertanggung jawab langsung kepada redaktur pelaksana dan juga wakilnya.

Setelah itu, terdapat lima orang reporter yang bekerja untuk kanal *DetikInet*, yaitu Agus Tri Haryanto, Aisyah Kamaliah, Anggoro Suryo Jati, Josina, dan Virginia Maulita Putri. Kelima reporter ini bertugas untuk memproduksi berita berdasarkan topik yang sudah dibagikan oleh redaktur pelaksana. Mereka juga terkadang memproduksi berita yang bersifat *timeless* atau berita yang tidak kadaluwarsa. Reporter-reporter ini memiliki kemampuannya masing-masing dalam menulis terkait sains, game, atau teknologi.

Selama melakukan kerja magang, penulis dibimbing langsung oleh redaktur pelaksana. Namun, pada praktiknya penulis selalu berkomunikasi dengan *SEO Specialist* untuk menggarap artikel-artikel dengan kata kunci yang sudah diberikan. Kata kunci tersebut merupakan kata-kata yang mungkin dituliskan pengguna internet dalam mencari informasi. Jadi, secara khusus sebagai seorang pemegang di kanal *DetikInet* penulis berperan sebagai jurnalis digital (*SEO Content Writer*) dengan tetap berpegang pada kaidah dan cara kerja jurnalistik. Penulis biasanya diberikan penugasan untuk artikel teknologi yang bersifat *timeless*. Artikel *timeless* sendiri memiliki karakteristik yang banyak dicari orang, tidak lekang oleh waktu, berupa tips dan trik atau *tutorial*.