



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 KUMPARAN

### 2.1. Profil Kumparan

Gambar 2.1. Logo Kumparan



Menurut penjelasan pada laman [www.lifeat.kumparan.com](http://www.lifeat.kumparan.com), Kumparan didirikan oleh beberapa orang yang sebelumnya ikut merintis Detik.com. Mereka adalah Budiono Darsono, Abdul Rahman, dan Calvin Lukmantara. Ketiga orang ini kemudian merekrut beberapa mantan karyawan Detik.com, yaitu Hugo Diba (*CEO*), Ine Yordenaya (*COO*), Heru Tjatur (*CTO*), Arifin Asyhad (*Editor in Chief*), dan Yusuf Arifin (*Chief of Engagement*) untuk mendirikan sebuah *start-up* media daring di Indonesia. Mereka akhirnya mendirikan Kumparan pada 2016. Pengembangan Kumparan dimulai pada pertengahan 2016. Versi *beta* situs dan aplikasi Android maupun iOS Kumparan diluncurkan pada Januari 2017.

Melansir penjelasan di situs [www.lifeat.kumparan.com](http://www.lifeat.kumparan.com), Kumparan mengusung *platform* kolaboratif dan interaktif yang dibangun melalui inovasi dan teknologi terkini. Kumparan juga menjunjung tinggi kredibilitas, memegang teguh etika jurnalisme. Berdasarkan profil perusahaan yang penulis dapatkan, Kumparan kurang lebih memiliki 20 juta pengguna bulanan yang masih terus berkembang.

*Platform* kolaboratif dan interaktif ini diwujudkan melalui desain antarmuka pengguna yang terlihat seperti media sosial. Artikel-artikel yang diproduksi oleh Kumparan ditampilkan pada *timeline*, layaknya di Facebook atau

Twitter. Para pengguna dapat ikut memproduksi artikel di Kumparan dengan cara mendaftarkan alamat *e-mail* atau akun Facebook mereka. Setelah proses verifikasi dan seleksi dilakukan oleh redaksi, barulah para pengguna ini dapat berpartisipasi menulis artikel di Kumparan. Artikel-artikel yang telah ditulis oleh para pengguna ini akan diperiksa kembali oleh redaksi agar tidak menyalahi kaidah-kaidah jurnalistik. Para pengguna juga dapat memberikan tanda “suka” pada artikel dan memberikan komentar di kolom komentar artikel yang tersedia.

Selain itu, para pengguna dapat mengikuti akun pengguna lainnya di Kumparan. Ini membuat pengguna dapat mengatur artikel yang muncul di *timeline* mereka agar sesuai dengan topik yang mereka sukai. Para pengguna juga dapat menelusuri topik melalui tagar atau mengetikkan kata kunci topik langsung di bilah penelusuran.

Konten yang diproduksi oleh Kumparan tidak hanya berupa artikel. Kumparan memproduksi video dan infografis yang diunggah melalui akun media sosialnya, terutama Instagram. Sementara video-video bertajuk khusus yang durasinya panjang akan diunggah di Youtube. Kumparan juga memiliki beberapa program dalam bentuk video yang secara rutin diunggah di Youtube.

### 2.1.1. Identitas Kumparan

Berikut adalah identitas Kumparan:

- Nama perusahaan : PT Dynamo Media Network
- Alamat : Jl. Jati Murni no. 1A, Jati Padang, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 12540
- Nomor telepon : 021-22784571
- Alamat situs : [www.kumparan.com](http://www.kumparan.com)
- Alamat e-mail : [redaksi@kumparan.com](mailto:redaksi@kumparan.com)
- Facebook : Kumparancom
- Twitter : @kumparan
- Instagram : @kumparancom
- Youtube : Kumparan

## 2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi *Digital Marketing*

Selama menjalani kerja magang di Kumparan, penulis bekerja sebagai *SEO writer* dan *Content Performance*. Sub-divisi *SEO* baru didirikan saat penulis memulai masa magang, yaitu pada September 2018. Sementara sub-divisi *Content Performance* didirikan pada awal 2018. Kedua divisi ini tergabung di bawah divisi *Digital Marketing*.

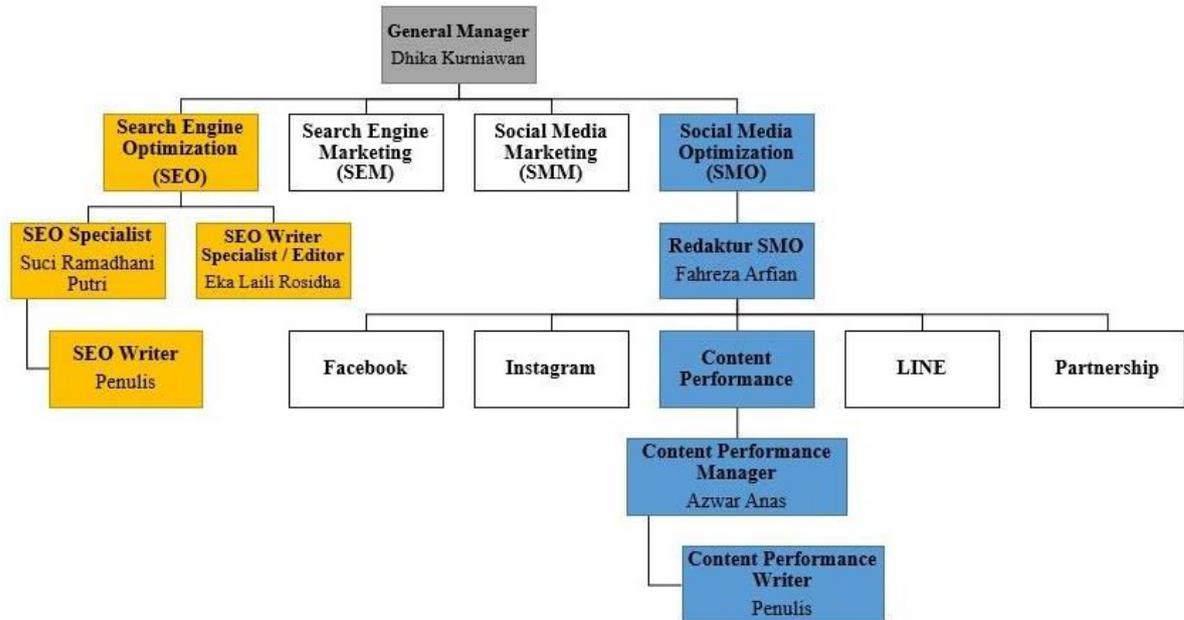
Divisi *Digital Marketing* adalah divisi di Kumparan yang bertugas untuk memasarkan konten yang diproduksi oleh Kumparan kepada pembaca atau agregator. Ada empat cara yang ditempuh oleh divisi ini untuk memasarkan konten Kumparan, yaitu melalui optimalisasi *SEO*, *search engine marketing*, *social media marketing*, dan *social media optimization*. Keempat cara tersebut masing-masing dijadikan sub-divisi tersendiri dalam Divisi *Digital Marketing*.

Sub-divisi *SEO* berfokus pada pengoptimalisasian penggunaan *SEO* pada penulisan artikel agar artikel-artikel Kumparan muncul di halaman pertama *search engine*. Caranya adalah dengan memproduksi artikel-artikel berbasis *SEO* yang topiknya sedang *trending* pada hari itu. Lain halnya dengan Sub-divisi *Content Performance*. Sub-divisi ini bertugas untuk meningkatkan *page view* Kumparan melalui artikel-artikel yang dihasilkan. Artikel-artikel tersebut juga akan disalurkan ke agregator seperti UC News, LINE Today, Babe, Uzone, dan Kurio. Topik-topik artikel yang diproduksi disesuaikan dengan permintaan agregator.

### 2.2.1. Struktur Divisi *Digital Marketing*

Berikut adalah struktur Divisi *Digital Marketing* Kumparan:

Gambar 2.2. Struktur Divisi *Digital Marketing* Kumparan



(Sumber: Data Penulis)

