

BAB I

DESKRIPSI TEMPAT MAGANG

1.1 Sejarah dan *brand positioning* Kantor Berita Radio (KBR)

Kantor Berita Radio (KBR) sudah berdiri sejak 1999 sebagai penyedia konten audio berbasis jurnalisme independen (KBR, Tentang Kami, n.d.). Namun, pada tahun tersebut *KBR* hanya sebuah program radio di bawah naungan ISAI (Institut Studi Arus Informasi) (Zabkie, 2017). Kemudian, *KBR* melepaskan diri dari ISAI (Institut Studi Arus Informasi) dan berdiri menjadi sebuah media dengan nama PT Media Lintas Inti Nusantara (Zabkie, 2017). Program berita pertama yang diproduksi adalah buletin sore, berita pendek dengan durasi 30 hingga 60 detik (Zabkie, 2017). Disusul dengan program lainnya seperti Kabar Baru, Buletin Pagi, dan program *talkshow* inspiratif yang berbeda topik setiap harinya (Zabkie, 2017).

Produk audio dan artikel yang diproduksi *Kantor Berita Radio* berfokus pada isu sosial-politik, toleransi, hak asasi manusia, dan lingkungan hidup (Fikriyah, Visi Misi KBR, 2023). Produk-produk tersebut dihasilkan merupakan hasil dari kerja sama dengan reporter dan kontributor dari berbagai kota di tanah air dan Asia (KBR, Tentang Kami, n.d.). Hingga saat ini, produk audio *Kantor Berita Radio* telah digunakan oleh 500 radio di Indonesia dan 200 radio di Asia dan Australia (KBR, Tentang Kami, n.d.).



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan
Sumber: Website kbr.id

Kantor Berita Radio menyediakan beragam informasi seperti berita terkini, buletin berita, *feature*, *talkshow* inspiratif, dan cerita dari negara tetangga (KBR, Tentang Kami, n.d.). Informasi tersebut dapat diakses melalui alat komunikasi apapun dan dimana pun, baik secara langsung melalui *Kantor Berita Radio* maupun ratusan radio jaringan KBR yang ada di Indonesia (KBR, Tentang Kami, n.d.). Setidaknya ada 600 radio jaringan di Indonesia yang memungkinkan untuk seluruh masyarakat Indonesia dari Aceh sampai Papua memperoleh informasi yang berkualitas dan tepercaya (KBR, Tentang Kami, n.d.).

Selama 24 tahun berdiri, *Kantor Berita Radio* telah meraih berbagai penghargaan sebagai media yang memiliki karya-karya jurnalistik berkualitas (KBR, Tentang Kami, n.d.). Salah satu yang pernah diraih adalah penghargaan dari Raja Belgia melalui King Baudouin Award pada 2009 (Zabkie, 2017). Menjadi media pertama yang mendapat penghargaan tersebut, *Kantor Berita Radio* diberi penghargaan karena usahanya memajukan taraf hidup masyarakat melalui penguatan demokrasi, pengembangan toleransi, dan partisipasi aktif masyarakat dengan memproduksi dan menyebarkan informasi berkualitas lewat radio jaringan di daerah (Zabkie, 2017).

Pada 2018, *KBR* mendirikan KBR Prime sebagai platform *podcast* berbasis jurnalistik pertama di Indonesia (KBR, Company Profile, 2023). Produksi *podcast* KBR Prime menerapkan prinsip jurnalistik dan produknya mudah untuk diakses melalui *website* baik menggunakan ponsel maupun komputer (KBR, Tentang Kami, n.d.). *Podcast* yang diproduksi mengangkat isu yang beragam mulai dari *talkshow*, berita terbaru, isu politik nasional, bisnis, ekonomi, sains, teknologi, kesehatan, dan isu terkini (KBR, Company Profile, 2023).

Selain itu, *Kantor Berita Radio* juga memproduksi artikel berita yang diunggah ke *website* kbr.id setiap harinya. Produk lain yang diproduksi *Kantor Berita Radio* juga dapat diakses melalui media sosial seperti *Twitter*

(@beritaKBR), *Instagram* (@kbr.id dan @kbrprime.id), *Facebook* (Kantor Berita Radio-KBR), *YouTube* (Berita KBR), dan *TikTok* (@kbrprime.id).

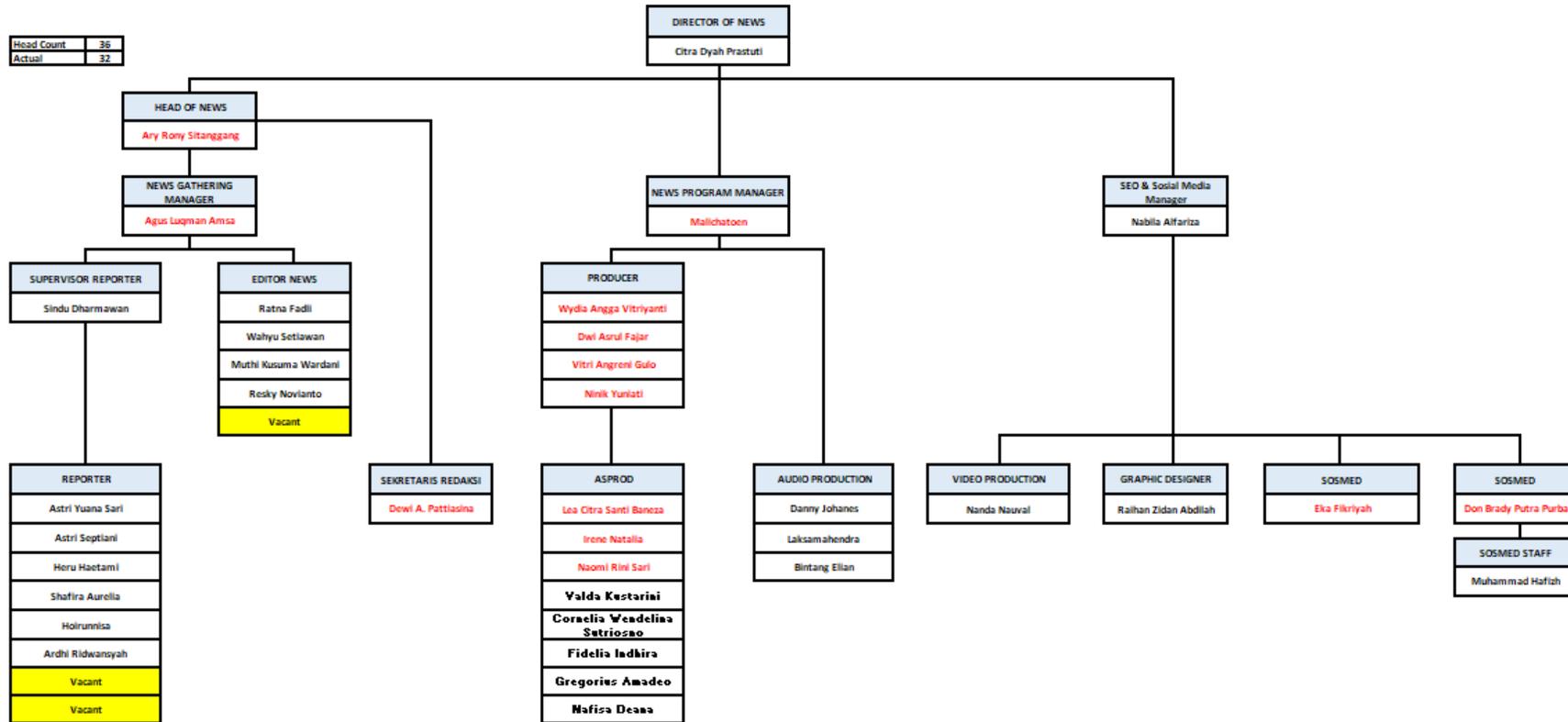
1.2 Struktur manajemen *Kantor Berita Radio (KBR)*

Manajemen perusahaan *Kantor Berita Radio* memiliki beberapa pembagian departemen yaitu *Sales, News, Network, Marketing, HRD & General Affairs, Technical & IT, dan Finance & Accounting*. Seluruh departemen di *Kantor Berita Radio* dipimpin oleh Alex L. Hermanto sebagai komisaris. Sementara itu, departemen *news*, tempat penulis melakukan kerja magang dipimpin oleh Pemimpin Redaksi Citra Dyah Prastuti.

Departemen *news* terbagi menjadi beberapa divisi yaitu *news, program, dan media sosial*. Divisi *news* merupakan divisi yang memproduksi artikel dan hasil liputan yang dipublikasikan pada situs kbr.id. Divisi *news* dipimpin oleh Ary Rony Sitanggang. Divisi program dipimpin oleh Malichatoen yang fokusnya memproduksi *podcast-podcast* yang dipublikasikan pada situs kbrprime.id. Sementara itu, divisi media sosial dipimpin oleh Nabila Alfariza. Divisi media sosial bertanggung jawab memproduksi, mengelola, dan mendistribusikan konten visual dan audio-visual di media sosial milik Kantor Berita Radio seperti *Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan TikTok*.

Berikut ini adalah struktur organisasi departemen *news* yang menjadi tempat penulis melaksanakan kerja magang.

STRUCTURE ORGANIZATION DEPT. NEWS



Gambar 1. 2 Sturktur Organisasi Departemen *News* PT Media Lintas Inti Nusantara
Sumber: Dokumen PT Media Lintas Inti Nusantara

1.3 Deskripsi konten

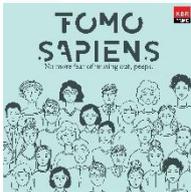
Sebagai penyedia berita, *Kantor Berita Radio* menyalurkan produknya melalui berbagai platform seperti artikel, radio jaringan, *podcast*, dan media sosial. Produk berita artikel dan audio yang diproduksi *Kantor Berita Radio* berfokus pada isu sosial-politik, toleransi, hak asasi manusia, dan lingkungan hidup (Fikriyah, Visi Misi KBR, 2023).

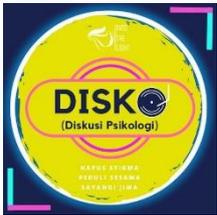
Artikel yang diproduksi oleh *Kantor Berita Radio* dapat diakses langsung oleh audiens melalui situs *kbr.id*. Dalam situs tersebut *Kantor Berita Radio* menyajikan berita terkini, berita *feature*, dan advertorial. Berita terkini tayang setiap hari dan berita *feature* tayang satu minggu sekali, sedangkan artikel advertorial tayang sesuai kebutuhan klien. Dalam situs tersebut terdapat beberapa kanal yang dapat diakses oleh pengguna seperti Nasional, Nusantara, Internasional, Olahraga, Sains Sekitar Kita, SAGA, Asia Calling, Liputan Istimewa, Ragam, Kabar Bisnis, Ruang Publik, Opini, dan Galeri. Produk jurnalistik yang dihasilkan merupakan hasil dari kerja sama dengan reporter dan kontributor dari berbagai kota di tanah air dan Asia (KBR, Tentang Kami, n.d.). Artikel yang tayang dalam satu hari kurang lebih berkisar 10-15 artikel.

Sementara itu, KBR Prime sebagai platform *podcast* berbasis jurnalistik pertama di Indonesia memiliki beragam kategori *podcast*.

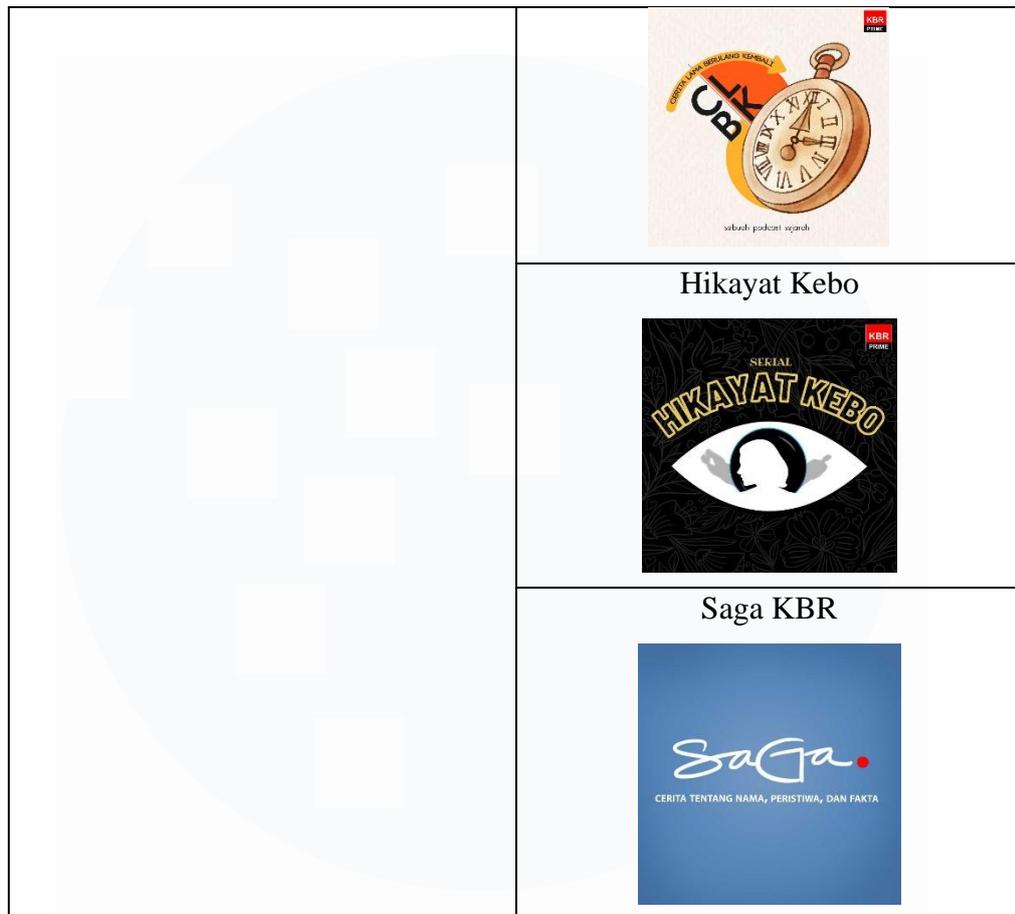
Tabel 1. 1 Produk *podcast* KBR Prime

Kategori	Podcast
<i>News Update</i>	Buletin Pagi 
	KBRsore

	
	KBR News Today 
	Kabar Baru 
	What's Trending 
<i>Talkshow</i>	Uang Bicara 
	Fomo Sapiens 
	Ruang Publik 

	<p>Sains Sekitar Kita</p> 
	<p>Waktu Indonesia Sehat</p> 
	<p>Love Buzz</p> 
	<p>Data Talks</p> 
	<p>DISKO (Disko Psikologi)</p> 
	<p>SUKA</p>

	
<p style="text-align: center;"><i>Storytelling</i></p>	<p>Disclose: Dipaksa Kawin</p> 
	<p>Sebuah Kegilaan di Simpang Kraft</p> 
	<p>Ada Predator di Ruang Kerja</p> 
	<p>Hidup Usai Teror</p> 
	<p>CLBK (Cerita Lama Berulang Kembali)</p>



Di samping itu, *Kantor Berita Radio* juga memproduksi konten media sosial setiap hari. Konten visual dan audio-visual tersebut diunggah ke beberapa platform media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, dan *TikTok*. Bentuk konten visual dan audio-visual yang diunggah ke media sosial berupa infografis, audiogram, dan video pendek.

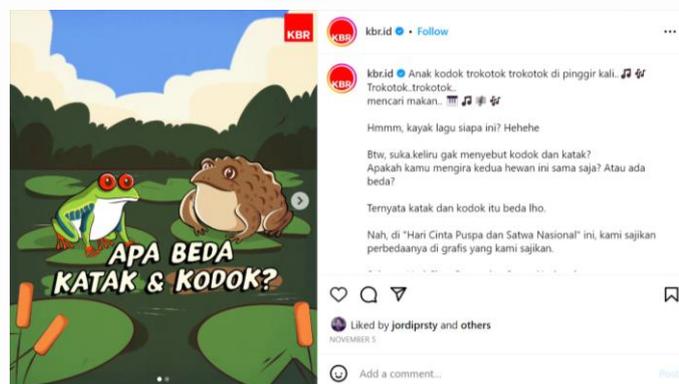
Pada akun media sosial *Instagram @kbr.id*, *Kantor Berita Radio* mengunggah 5-10 konten berupa grafis dan video. Grafis yang diunggah berupa berita terkini yaitu kabar baru, kabar pemilu, grafis informatif, *carousel* edukatif, dan grafis promosi podcast yang sudah dan akan tayang. Bahan untuk grafis berita terkini diambil dari program radio dan artikel yang diproduksi oleh reporter *Kantor Berita Radio*. Oleh karena itu, topik grafis berita terkini yang tayang biasanya berfokus pada isu terkini dan *hard news*.

Sementara itu, bahan untuk grafis informatif biasanya diambil dari *podcast* yang sudah tayang di KBR Prime atau menyadur dari media lain. Selanjutnya, bahan untuk *carousel* edukatif diambil dari *podcast* yang sudah tayang di KBR Prime. Maka dari itu, topik bahasan dalam grafis informatif dan *carousel* edukatif bersifat *timeless*. Konten grafis yang diproduksi divisi media sosial ditayangkan pada *Instagram* dan *Facebook*.

Berikut ini beberapa contoh grafis yang diunggah di *Instagram* @kbr.id.



Gambar 1. 3 Tangkapan layar grafis di *Instagram* @kbr.id



Gambar 1. 4 Tangkapan layar grafis di *Instagram* @kbr.id

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



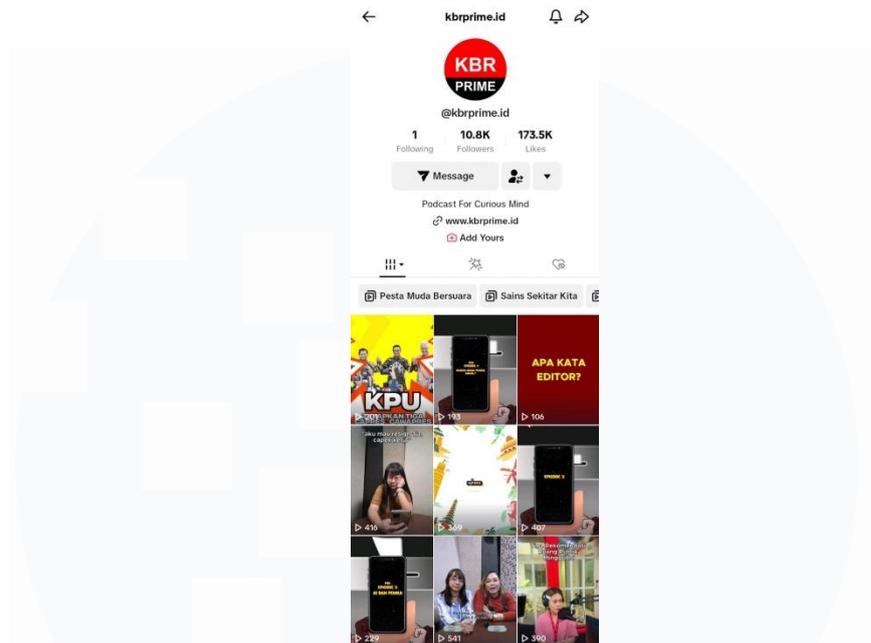
Gambar 1. 5 Tangkapan layar grafis di *Instagram* @kbr.id

Selain itu, bahan untuk video yang tayang di *Instagram* @kbr.id adalah audiogram potongan *podcast* yang akan tayang, audiogram kutipan narasumber yang menarik mengenai isu terkini, dan video klien yang bekerja sama dengan *Kantor Berita Radio*. Namun, video tersebut hanya ditayangkan di *Instagram* @kbr.id, tidak diunggah ke *Facebook*.

Selanjutnya, dalam akun media sosial @kbrprime.id, sebagian besar konten yang diunggah berupa video. Video yang diunggah mulai dari *teaser* informatif mengenai *podcast* yang sudah tayang, video promosi *podcast*, dan video informatif. Berikut ini tangkapan layar contoh video yang tayang di akun @kbrprime.id.



Gambar 1. 6 Contoh video di akun *Instagram* @kbrprime.id



Gambar 1.7 Contoh video di akun *TikTok* @kbrprime.id

Sementara itu, *tweet* diunggah pada media sosial *Twitter* dengan jumlah tidak terbatas, tetapi minimal mengunggah 10 *tweet* setiap harinya. Cuitan yang diunggah berupa deskripsi singkat mengenai isi artikel atau *podcast* yang sudah tayang untuk mengajak orang-orang membaca dan/atau mendengarkan *podcast* tersebut. Berikut ini contoh *tweet* yang diunggah pada akun media sosial *Twitter*.

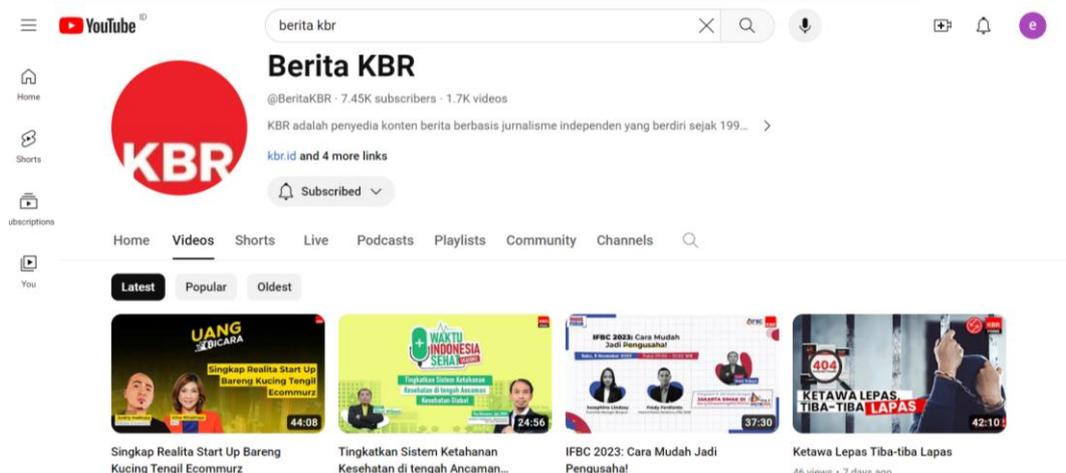


Gambar 1. 8 *Tweet* mengenai isi artikel

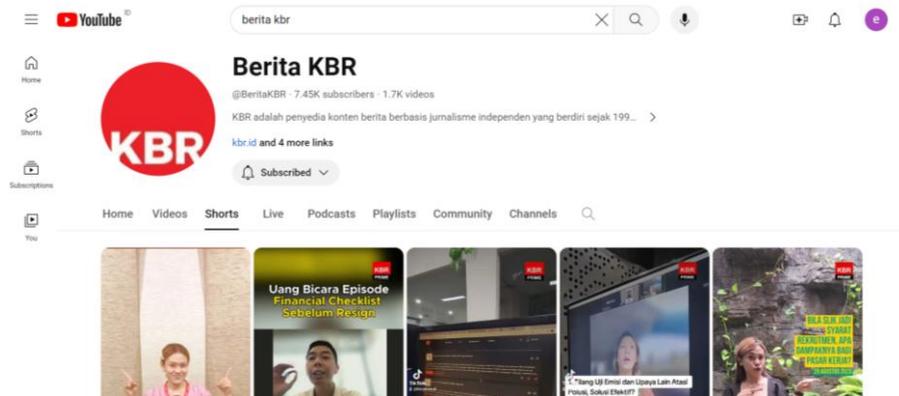


Gambar 1. 9 Tweet mengenai isi podcast

Lalu, pada media sosial YouTube, video yang diunggah setiap harinya adalah *live streaming* program ruang publik. Program Ruang Publik tayang setiap hari pada pukul 09.00 – 10.00 WIB. Kemudian, pada bagian *YouTube shorts* video yang diunggah berdurasi lebih pendek dan berupa promosi *podcast* yang sudah tayang di *Instagram* ataupun *TikTok* @kbrprime.id. Berikut ini contoh video yang tayang di *YouTube*.



Gambar 1. 10 Tangkapan layar Youtube Berita KBR



Gambar 1. 11 Tangkapan layar *Youtube* shorts Berita KBR

1.4 Ruang lingkup divisi

Selama melakukan proses kerja magang, penulis melakukan kerja magang di divisi media sosial. Divisi media sosial dipimpin oleh Nabila Alfariza sebagai Manager media sosial. Manager media sosial bertugas untuk mengkurasi konten visual dan audio-visual yang akan tayang di media sosial, menyusun strategi konten, dan membuat laporan dari hasil analisis *engagement* di media sosial.

Selanjutnya, divisi media sosial juga memiliki dua produser media sosial yaitu Don Brady yang bertanggung jawab atas akun media sosial @kbrprime.id dan Eka Fikriyah yang bertanggung jawab atas akun media sosial @kbr.id. Produser media sosial bertugas untuk merancang dan mengunggah konten visual dan audio-visual di media sosial. Kemudian, untuk memproduksi konten visual dan audio-visual divisi media sosial juga memiliki desainer grafis, Raihan Zidan, *videographer* dan video editor, Nanda Nauval, serta staf media sosial, Hafizh Dhiyaulhaq. Selain itu, divisi media sosial juga memiliki tiga pemegang yakni penulis sebagai *content creator*, Christabella Abigail sebagai magang media sosial, dan Jordi Prasetyo sebagai magang desainer grafis.

Divisi media sosial setiap harinya mengunggah konten visual dan audio-visual di beberapa platform media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *YouTube*, dan *TikTok*. Konten visual dan audio-visual yang diunggah di *Instagram* @kbr.id berupa berita terkini, isu yang sedang hangat

diperbincangkan, pembahasan informatif, dan promosi podcast yang tayang dalam bentuk grafis ataupun video.

Kemudian, konten *tweet* yang diunggah di *Twitter* berupa link artikel dan link podcast yang diproduksi Kantor Berita Radio dilengkapi audiogram atau gambar. Pada *Facebook* konten visual dan audio-visual yang disebarakan sama dengan diunggah di *Instagram* dan *Twitter*. Sementara itu, di YouTube konten audio-visual yang disebarakan setiap harinya adalah program Ruang Publik KBR dan video dokumentasi dari acara yang diselenggarakan Kantor Berita Radio. Materi konten berita terkini yang akan diunggah di *Instagram* biasanya didapatkan melalui berita dari *Acasia* yang merupakan *website internal* KBR (Fikriyah, Alur Kerja Divisi Media Sosial, 2023).

Kemudian, jika materi sudah rampung desain grafis ataupun video editor akan diminta untuk membuat grafis atau video mengenai berita tersebut. Setelah itu, konten audio ataupun audio-visual akan segera diunggah. Hal ini dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat. Di samping itu, divisi media sosial juga memproduksi konten independen yang waktu mengunggahnya lebih fleksibel dan topiknya lebih bervariasi (Fikriyah, Alur Kerja Divisi Media Sosial, 2023). Konten independen yang diproduksi yaitu Ikipedia dan grafis informatif. Bahan untuk konten independen diperoleh dari riset di media-media *online*. Konten independen disajikan dalam bentuk grafis. Sementara itu, cuplikan *podcast* biasanya dalam bentuk video, audiogram ataupun carousel. Konten tersebut biasanya diunggah pada hari libur, akhir pekan, dan ketika jadwal tayang program podcast (Fikriyah, Alur Kerja Divisi Media Sosial, 2023).

Sementara itu, di *Instagram* @kbrprime.id lebih mengutamakan konten video berupa audiogram berita yang menarik, video informatif, dan video promosi podcast, tetapi ada juga beberapa konten grafis. Bahan untuk berita yang menarik didapatkan dari *website internal* KBR yaitu *Acasia* (Purba,

2023). Sementara itu, video informatif dan video promosi *podcast* didapatkan melalui proses riset, *shooting*, dan editing oleh tim media sosial KBR Prime.

Praktik-praktik tersebut menunjukkan peran media sosial di Kantor Berita Radio sebagai alat untuk mendistribusikan dan mempromosikan berita dari ruang redaksi dengan tujuan untuk memperluas jangkauan (Neuberger, 2018).

