

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Kapanlagi Youniverse

KapanLagi Youniverse atau biasa disingkat menjadi KLY merupakan salah satu media berita daring yang menyajikan berbagai macam berita harian pilihan yang terpercaya. Youniverse sendiri memiliki makna yaitu dunia yang Anda ciptakan di sekitar Anda, seperti keadaan, pilihan sehari-hari, teman-teman yang Anda pilih, atau bagaimana cara Anda menggambarkan diri Anda kepada orang lain. KapanLagi Youniverse juga dapat menjadi wadah bagi para *brand* yang memiliki keinginan dalam menyampaikan sebuah pesan atau memberikan edukasi kepada masyarakat yang tepat mengenai produk yang mereka tawarkan.

Sejak Kapanlagi Youniverse terbentuk di 28 Februari 2003 lalu, telah terjadi tiga kali pergantian nama. PT KapanLagi Group merupakan nama perusahaan pertama kali di tahun 2003, lalu berubah menjadi PT Fimela Network di tahun 2010, yang kemudian pada tahun 2014 berganti menjadi PT KapanLagi Network. Lalu, pada Maret 2018, terjadi perubahan kembali ketika operasional PT Liputan Enam Dot Com ada di bawah PT Kapan Lagi Dot Com Networks dan saat ini lebih dikenal sebagai Kapanlagi Youniverse. Berdiri sebagai platform berita, KapanLagi Youniverse terbagi menjadi 3 vertikal yang terdiri dari news, entertainment dan lifestyle, dan sports.

1. *News*

- a. Liputan6: Media berita online yang berfokus pada peristiwa
- b. Merdeka: Media berita online yang berfokus pada bidang politik.

2. *Entertainment*

- a. Fimela: Media berita online khusus wanita yang berfokus pada bidang fashion & lifestyle dengan target khalayak kelas
- b. Kapanlagi: Media berita online dengan target khalayak kelas menengah.

3. *Sports*

- a. Bola.com: Media berita online yang membahas berita sport nasional
- b. Bola.net: Media berita online yang membahas berita sport internasional.

Tiap kategori yang ada pada unit usaha KapanLagi Youniverse dikelola oleh sumber daya yang ahli di bidang tersebut. Pada proses pelaksanaan kerja magang, peserta magang berkesempatan untuk menjadi bagian dari *product strategy & growth* dan Fimela.



Gambar 2.1 Logo Fimela

Fimela adalah salah satu portal media yang berada di bawah naungan KapanLagi Youniverse yang fokus bergerak pada bidang Entertainment & Lifestyle. Topik-topik yang diangkat pada Fimela merupakan topik yang dekat dengan para wanita seperti *Beauty & Fashion, News & Entertainment, Relationship & Family*, serta *Work & Lifestyle*, yang membuat Fimela menargetkan sasaran utamanya merupakan wanita modern dengan mobilitas tinggi.

2.2 Visi Misi Perusahaan

a) Visi

Menjadi perusahaan media online nomor satu di Indonesia yang menghadirkan solusi 360° melalui konsep digital dengan pendekatan yang terintegrasi dan komprehensif.

b) Misi

Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui teknologi, inovasi, dan layanan online di era digital dan bertujuan untuk menjadikan masyarakat lebih cerdas dan berpengetahuan.

2.3 Filosofi Logo

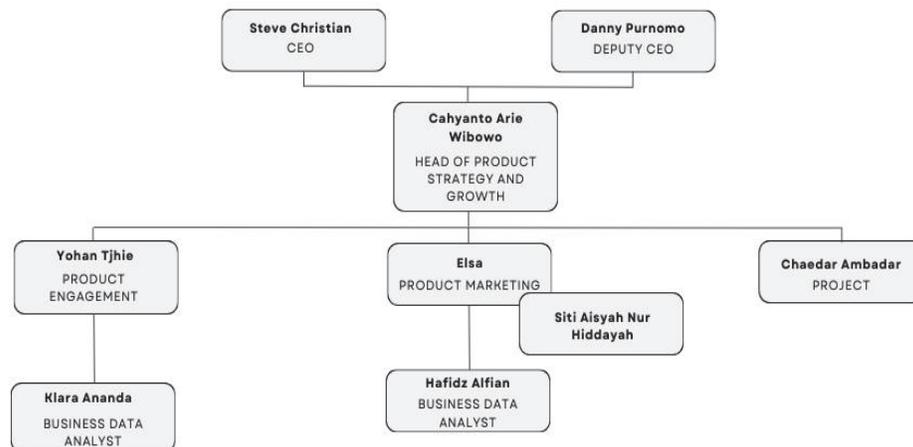


Gambar 2.2 Logo KLY

Sumber: Dokumen Organisasi (2020)

Gambar diatas merupakan logo Kapanlagi Youniverse. Kata “You-niverse” memiliki arti, yaitu dunia sekitar yang anda ciptakan sendiri, seperti keadaan, pilihan hidup, teman, dan cara anda memvisualisasikan diri kepada orang lain.

2.4 Struktur Divisi *Product Strategy & Growth*



Gambar 2.3 Struktur Divisi

Berikut masing-masing *job description* posisi pada proses kerja magang yang berlangsung di Kapanlagi Youniverse khususnya pada *departement Product Strategy and Growth* tempat pemegang melaksanakan proses praktik magang:

A. Product Engagement

Memiliki peran penting dalam mendukung Kepala Divisi dengan fokus pada program, proses, dan implementasi. Tugas utamanya adalah mengembangkan strategi untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan. Dengan bekerjasama erat dengan tim Business Intelligence, bertugas untuk mengumpulkan data, menganalisis, dan mengembangkan rekomendasi untuk segmentasi pelanggan, serta merancang program yang berhasil untuk setiap segmen. Selain itu, mereka menetapkan metrik keberhasilan dan memahami dampaknya terhadap pengembangan produk.

B. Product Marketing

Bertanggung jawab dalam mengelola kalender yang menjadwalkan pembuatan konten, merencanakan rilis dengan tim media sosial, dan membuat garis waktu produk sambil memantau keberhasilan pelaksanaan proyek. Selain itu, juga bertugas berkomunikasi dan menjaga hubungan dengan pihak ketiga eksternal yang diperlukan untuk produk tersebut. Memberikan dan mendistribusikan data dan wawasan untuk Media Sosial dan Marcomm serta berkolaborasi dengan media sosial dan pemasaran kinerja guna meningkatkan kesadaran produk atau kampanye KLY. Fokusnya juga mencakup pembangunan kepercayaan dan penciptaan percakapan dengan calon pelanggan melalui acara, kampanye, dan ajakan khusus, dengan kolaborasi yang erat antara media sosial dan tim Marcomm.

Selama menjalani proses praktik magang, pemegang berada di bawah marketing yang memiliki peran sebagai *content creator* dan bertanggung atas segala hal yang berkaitan mengenai konten-konten yang ada pada TikTok @fimeladotcom mulai dari proses pembuatan konten hingga proses pengunggahan dan analisa data.

C. *Project Manager*

Bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengelola proyek acara, termasuk anggaran, jadwal, dan sumber daya. Berkoordinasi dan berkomunikasi secara efektif dengan tim dan pemangku kepentingan. Evaluasi hasil acara dan terus tingkatkan proses untuk acara mendatang. Ikuti perkembangan tren industri dan sertakan dalam perencanaan acara. Membangun dan memelihara hubungan positif dengan vendor, klien, dan anggota tim.