



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.COM

2.1 Profil Perusahaan

Kumparan.com merupakan *startup* media yang memulai pengembangannya sejak pertengahan 2016. Dirintis oleh para pendiri Detik.com yang telah dibangun pada 1998, Kumparan.com baru meluncurkan versi beta dalam *website*, serta bentuk aplikasi *android* dan *iOS*, pada Januari 2017. Sejak itu, Kumparan.com mulai unjuk diri dalam jajaran media *online* di Indonesia.

Terbentuknya Kumparan.com diyakini sebagai kepekaan para pendiri akan adanya perubahan pada khalayak sebagai konsumen berita yang perlu diantisipasi oleh media. Budiono Darsono, Abdul Rahman, Arifin Asyhad, Hugo Diba, Andrias Ekoyuono, dan Heru Tjatur, membangun Kumparan.com bersama anak-anak muda untuk memberikan pola konsumsi informasi yang kekinian kepada khalayak. Selain itu, hal tersebut juga dijadikan faktor untuk menjangkau peran besar anak muda dalam pasar industri media.

Gambar 2.1 Logo Kumparan



Sumber : HRD Kumparan

Seiringan dengan tujuannya untuk menjadi media berbasis inovasi dan teknologi, Kumparan.com berinovasi dengan konsep media kolaborasi. Hal ini diusung oleh Kumparan.com supaya mampu memberikan dampak positif untuk

masyarakat secara luas. Media kolaborasi atau yang akrab dengan istilah *user generated content* ini, dimaksudkan bahwa produksi konten tidak selalu didominasi oleh pekerja *newsroom*, tapi juga membuka peluang kolaborasi dengan para *stakeholders*, pembaca, komunitas, lembaga pemerintah maupun swasta, serta perusahaan klien.

Sesuai visinya untuk mengonsepan ulang industri media tanah air, Kumparan.com memanfaatkan “*people power*” untuk melakukan pendekatan dan pola baru dalam jurnalistik modern. Kumparan.com juga mengaplikasikan *platform* layaknya media sosial yang lebih fleksibel dan familiar dengan khalayak Indonesia. Konsep media sosial ini secara garis besar diadopsi Kumparan.com dalam menampung aspirasi dan *user experience* untuk menambah keberagaman konten.

Sebagai media baru, nama Kumparan.com terbilang cepat popularitasnya hingga termasuk dalam 50 *website* terpopuler dan sering dikunjungi menurut Alexa. Hal ini tentu mendukung datangnya bantuan operasional untuk Kumparan.com. Pada akhir Juli 2017, Kumparan.com mendapat pendanaan dari Global Digital International (GDI), oleh GDP Venture yang merupakan bagian dari Grup Djarum Indonesia.

Pada awal kehadirannya, Kumparan.com mengenalkan “Kumparan adalah jawaban”, sebagai *tagline* yang ikonis akan medianya. Hal ini dimaksudkan oleh para pendirinya, supaya khalayak dapat menemukan jawaban yang benar dan terpercaya melalui Kumparan.com. Namun sejak program 1001 Kumparan yang dilaksanakan pada akhir Oktober 2017, *tagline* tersebut diubah menjadi “sekarang Kumparan” yang mengartikan bahwa saat ini menjadi waktu bagi khalayak untuk memilih Kumparan.com sebagai medianya.

Kumparan.com menyediakan konten berita dalam beberapa rubrik, antara lain; *News, Entertainment, Sport, Otomotif, Tekno, Ekonomi Bisnis, Lifestyle, Viral, Lipsus* (Liputan Khusus), *Sains, Kpop, Mom, dan Millennial*. Selain konten berita dari tim redaksional, konten *website* juga berisi *story* dari beberapa tokoh masyarakat, penulis, komunitas, dan para *user* lainnya. Khalayak (*user*) dapat memilih dan mengedit

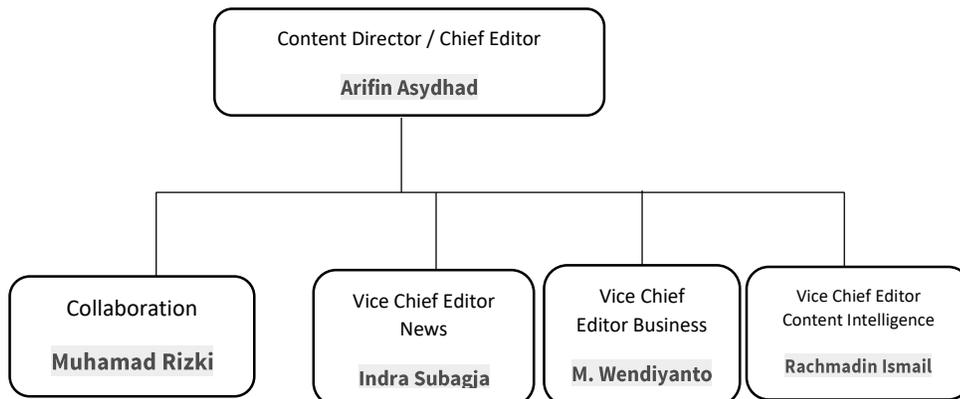
timelinenya masing-masing. Tentunya setiap berita juga dilengkapi kelengkapan data seperti tulisan, foto, video, dan infografis.

Selain artikel berita, Kumparan.com juga menyediakan informasi dalam bentuk audio-visual yang ditayangkan di *youtube* Kumparan. Beberapa program antara lain :

1. Bincang kumparan
2. Tamunya kumparan
3. *Eureka!*
4. *Football Rant*
5. JaKi, dan lainnya.

2.2 Struktur Organisasi

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Konten Kumparan



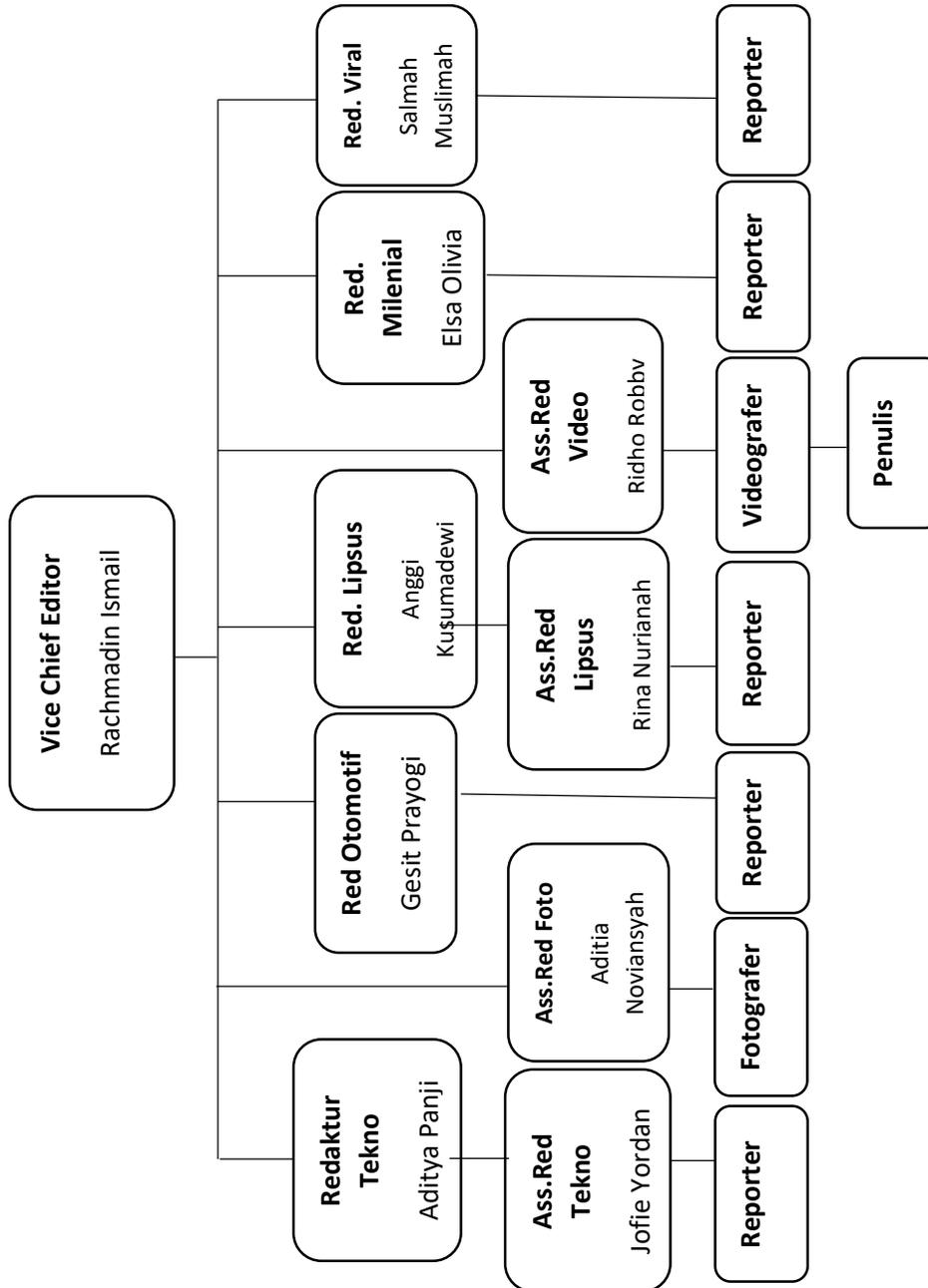
Sumber : HRD Kumparan

2.3 Ruang Lingkup Kerja

Dalam praktik kerja magang, penulis menjabat sebagai videografer bagian dari divisi *Content Intelligence*. Divisi ini secara garis besar bertanggung jawab untuk membuat konten untuk rubrik Lipsus (Liputan Khusus), Viral, Tekno, Otomotif, dan *Millennial*, mengolah *data journalism*, serta melakukan produksi video.

Peran videografer dalam divisi *Content Intelligence* bertanggung jawab dalam produksi konten video, baik untuk program-program yang telah ditentukan maupun pelengkap bentuk informasi video untuk rubrik-rubrik terkait.

Gambar 2.3 : Struktur Divisi *Content Intelligence*



Sumber : HRD Kumparan