

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Penulis akan menjabarkan profil perusahaan sebagai tempat praktik kerja magang, yaitu *Medcom.id*. Dalam profil perusahaan ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, serta struktur organisasi perusahaan.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

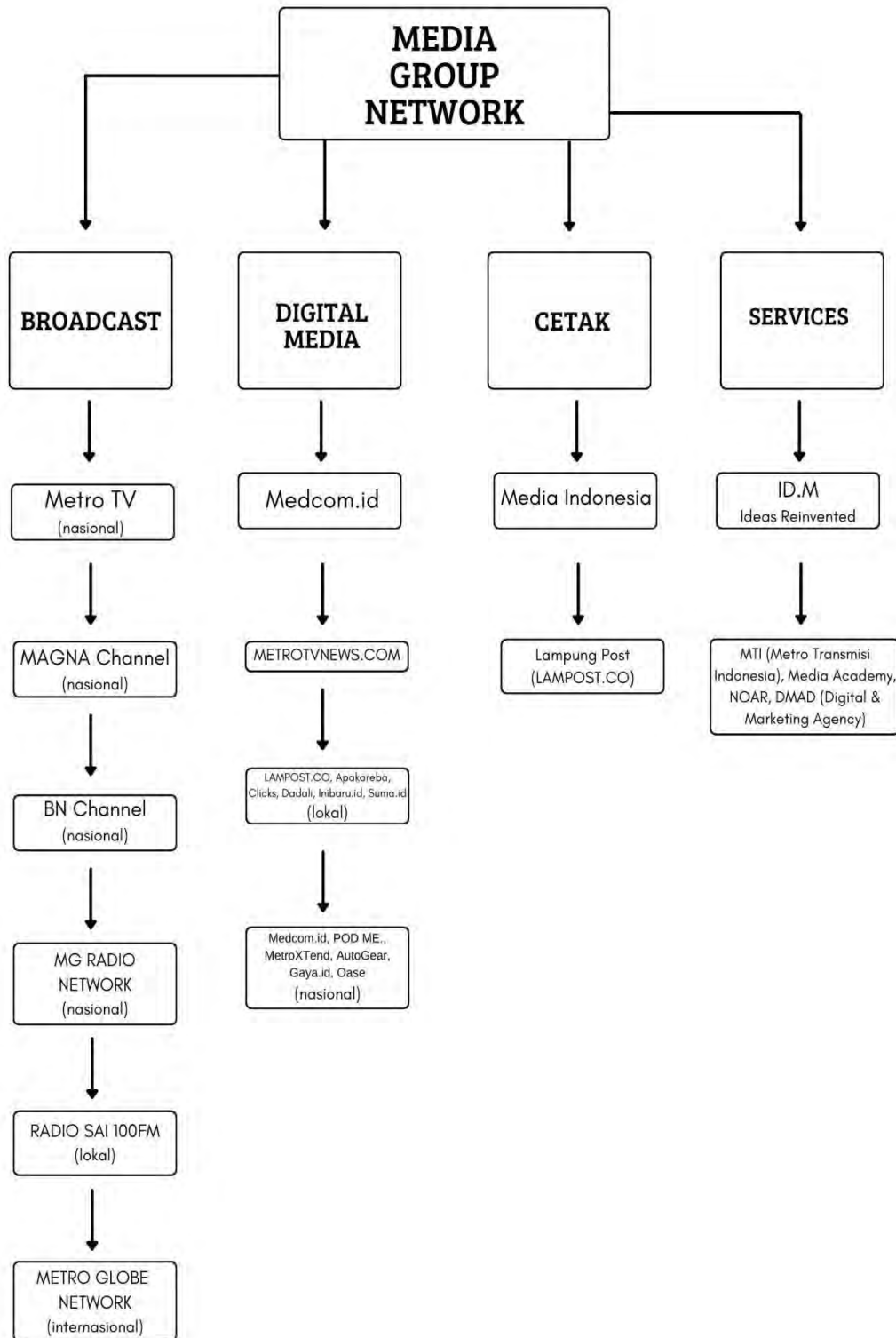
Medcom.id merupakan portal berita daring di bawah naungan Media Group Network yang didirikan pada 25 November 2017. Awalnya, *Medcom.id* bernama *Metrotvnews.com* dalam memuat artikel berita terkini. Namun, *Metrotvnews.com* mengalami perubahan manajemen dan nama perusahaan sehingga berita yang tersedia hanya berisikan siaran langsung dari PT Media Televisi Indonesia (*Metro TV*). Kini, *Medcom.id* hadir di berbagai platform media daring, seperti Instagram (@medcomid), Tiktok (@medcom_id), dan situs resmi (<https://www.medcom.id/>). Dengan wujud portal berita multimedia, *Medcom.id* menyajikan berita berisikan teks beserta foto, video, audio, grafis, dan video grafis (*Medcom.id*, 2019).

Media Group Network merupakan kelompok usaha yang menaungi berbagai perusahaan media di bawah arahan Surya Paloh. Pada mulanya, Surya Paloh merintis perusahaan catering bernama PT Indocater. Melansir LinkedIn *Medcom.id*, portal berita daring tersebut memuat informasi *multi*-platform nasional. Grup media ini meliputi media cetak (*Media Indonesia*), televisi (*Metro TV*), dan portal berita daring (*Medcom.id*). Media pertama yang didirikan oleh Ketua Umum Partai Nasional Demokrat (Nasdem) tersebut adalah surat kabar *Prioritas* pada 1987. Kemudian, Surya Paloh mengakuisisi *Media Indonesia* yang merupakan media besar di bawah naungan Media Group bersamaan dengan *Metro TV* pada 1987.

Kemudian, *Metro TV* sendiri merupakan saluran berita swasta yang berbasis di Indonesia. *Metro TV* didirikan oleh Surya Paloh dengan nama PT

Media Televisi Indonesia dan resmi mengudara di Jakarta pada 25 November 2000. Media Group Network juga menyajikan berita lokal melalui situs berita *Lampung Post* dan *Inibaru.id*. Selain artikel, *Podme.id* menjadi siniar dari grup media tersebut untuk mengisi ulang dan bersantai. Kemudian, *Oase.id* menjadi situs informasi wawasan bagi umat muslim. Situs berita *Gaya.id* diperuntukkan untuk fesyen dan gaya hidup (*lifestyle*). Selanjutnya, situs *Autogear.id* khusus informasi berupa ulasan bidang otomotif. Selain kanal nasional, *Medcom.id* juga fokus melakukan pemberitaan pada daerah tertentu. Misalnya, situs *Clicks.id* khusus pemberitaan wilayah Jawa Timur, *Dadali.id* mencakup pemberitaan wilayah Jawa Barat, dan *Apakareba.id* mencakup pemberitaan wilayah Sulawesi Selatan.

Berbeda dengan media lain, *Medcom.id* hanya memiliki portal berita daring dan mengandalkan iklan dalam situs sebagai sumber pendapatan. *Medcom.id* telah menjadi asal mula terbentuknya portal berita daring berawal dari perkembangan *Metro TV*. Sebagai media telah berkonvergensi, seluruh jurnalis yang bekerja di Media Group Network dituntut menguasai segala bidang dalam cetak, daring, ataupun televisi. Hasil dari liputan ketiga media ini akan dikumpulkan dalam satu tempat pengumpulan yang sama dan didistribusikan di platform masing-masing (Perkasa, 2024). Berikut gambaran perusahaan milik Media group Network.



Gambar 2.1 Bagan Perusahaan Media Group Network (*Medcom.id*, 2024)

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Menghadirkan jurnalisme lama, yakni jurnalisme yang merujuk kembali ke akarnya: sebuah tugas mulia yang memburu kebenaran lalu menyajikannya kembali kepada pembaca dengan niat lurus agar khalayak tercerahkan dan terbedayakan (*Medcom.id*, 2021).

Misi:

Memperkokoh seluruh standar dan nilai jurnalistik yang selama ini dikenal: mengedepankan rasa ingin tahu disertai skeptisisme, cek ricek dan verifikasi ulang, serta memperkokoh nilai-nilai dasar etika jurnalistik.

2.1.2 Logo Perusahaan

Logo *Medcom.id* terdiri dari logo burung elang dengan tulisan *Medcom.id* disebut sebagai *logotype*. Gambar burung elang pada logo tertera dalam gambar 2.2 sebagai logogram yang merupakan visualisasi keberanian, tidak mudah menyerah, dan fokus pada tujuan yang ingin dicapai. Bentuk melengkung pada logogram disebut *rounded rectangle* melambangkan keakraban dari kerabat *Medcom.id* (*Profil Medcom.id*, 2017).



Gambar 2.2 Logo *Medcom.id* 2017-2019 (*Medcom.id*, 2017)

Pada ulang tahun *Medcom.id* yang kedua, logo resmi berubah. Logo yang baru menjadi logo berwarna seperti gambar 2.3. Warna baru yang dimiliki menggambarkan *Medcom.id* akan terus berupaya mengakses banyak warna dalam masyarakat. Burung elang yang berwarna memiliki arti semangat baru seperti Media Group. Tujuannya agar bisa terbang lebih tinggi, fokus pada tujuan, dan bermanfaat bagi masyarakat. Penjelasan ini disampaikan oleh *CEO Medcom.id*

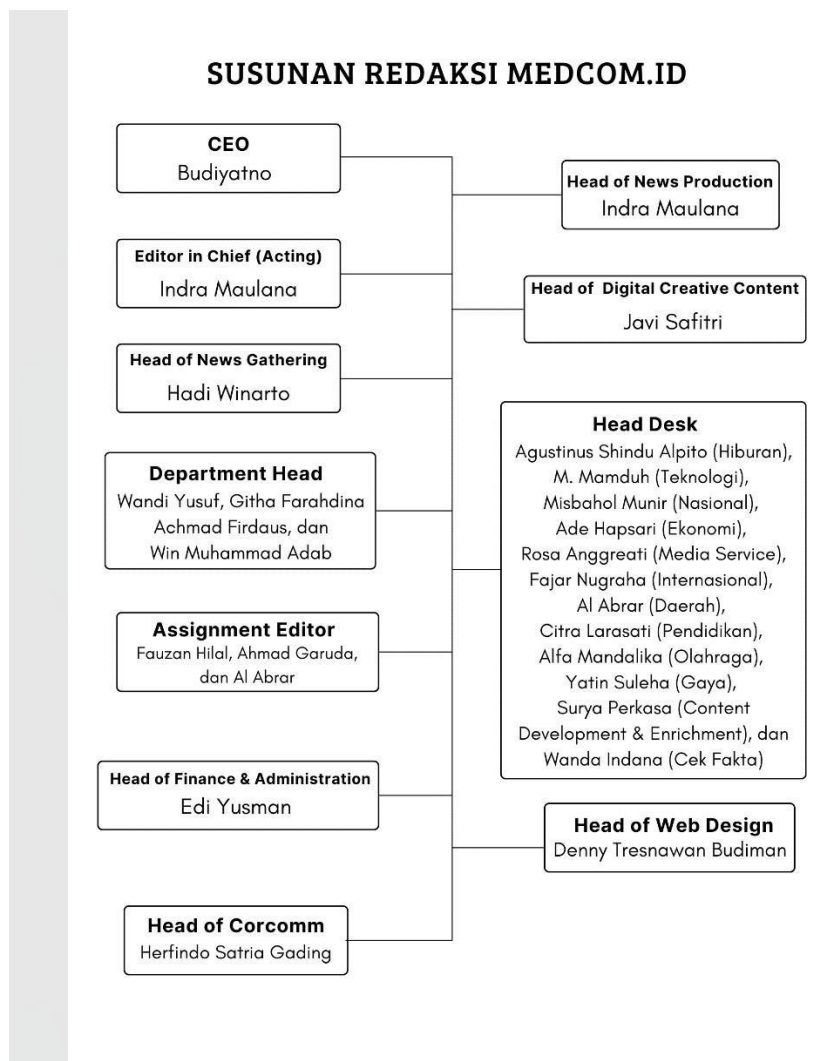
Mohammad Mirdal Akib saat ulang tahun *Medcom.id* pada Jumat, 6 Desember 2019 di Grand Studio *Metro TV*, Jakarta (*Medcom.id*, 2019).



Gambar 2.3 Logo *Medcom.id* 2019 – Sekarang (*Medcom.id*, 2019)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi menjadi hal penting dalam sebuah perusahaan. Dengan struktur organisasi, setiap individu dapat mengetahui peran kerjanya dan tanggung jawab masing-masing. Berikut merupakan struktur dari *Medcom.id*.



Gambar 2.4 Susunan Redaksi (*Medcom.id*, 2024)

Pada gambar 2.4 menunjukkan *Chief Executive Officer (CEO)* adalah Budiyanto yang bertanggung jawab memantau tim redaksi *Medcom.id*. Indra Maulana selaku Pemimpin Redaksi dan *Head of News Production* yang bertanggung jawab memantau kinerja penulisan berita di setiap kanal *Medcom.id*. *Head of News Gathering* adalah Hadi Winarto yang bertanggung jawab mengumpulkan data di lapangan untuk keperluan penulisan berita. *Head of Digital Creative Content* adalah Jati Savitri yang bertanggung jawab dalam pembuatan visualisasi menarik dan meningkatkan tingkat pemasaran konten di media sosial *Medcom.id*.

Departemen terbagi kembali menjadi empat *Department Head*, diantaranya Wandu Yusuf yang bertanggung jawab memantau penulisan pengembangan konten berita (*Development Content & Enrichment*), Gitu Farahdina yang bertanggung jawab memantau penulisan *hard news*, sedangkan Ahmad Firdaus bertanggung jawab memantau penulisan *soft news*, serta Win Muhammad Adab bertanggung jawab sebagai produser program milik *Medcom.id*. Tiap *department head* memiliki peran dalam mengawasi 15 kanal berita dengan redaktur sebagai berikut.

Agustinus Shindu Alpito sebagai Redaktur kanal Hiburan, M. Mamduh sebagai Redaktur kanal Teknologi, Misbahol Munir sebagai Redaktur kanal Nasional, Ade Hapsari sebagai Redaktur kanal Ekonomi, serta Rosa Anggreati sebagai Redaktur *Media Service*. Fajar Nugraha sebagai Redaktur kanal Internasional, Al Abrar sebagai Redaktur kanal Daerah, Citra Larasati sebagai Redaktur kanal Pendidikan, Alfa Mandalika sebagai Redaktur kanal Olahraga, dan Yatin Suleha sebagai Redaktur kanal Gaya termasuk dalam pemberitaan *lifestyle*. Surya Perkasa sebagai Redaktur *Content Development & Enrichment*, serta Wanda Indana sebagai Redaktur Cek Fakta.

Assignment Editor dipimpin oleh Fauzan Hilal, Ahmad Garuda, dan Al Abrar yang bertanggung jawab sebagai koordinator liputan tim reporter. Edi Yusman sebagai *Head of Finance and Administration*, Denny Tresnawan Budiman sebagai *Head of Web Design* yang bertanggung mengelola situs *Medcom.id*. Terakhir, Herfindo Satria Gading sebagai *Head of Corcomm* yang bertanggung jawab menjalin kerja sama antarperusahaan media dalam menyelenggarakan sebuah acara.