

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada tahun 2017, *PT Bilna*, merupakan sebuah perusahaan *e-commerce* Indonesia yang fokus pada produk-produk terkait kebutuhan ibu dan anak, melakukan akuisisi terhadap *Orami*, platform *e-commerce* yang juga fokus pada produk-produk sejenis. Akuisisi ini menciptakan sinergi antara kedua perusahaan tersebut dan memperkuat posisi mereka di pasar *e-commerce* Indonesia, khususnya di segmen produk anak dan ibu.

Setelah akuisisi tersebut, PT Bilna memanfaatkan platform *Orami* untuk meluncurkan *Orami Magazine*. *Orami Magazine* adalah sebuah platform konten yang menyediakan informasi dan artikel-artikel seputar kehamilan, perawatan bayi, parenting, gaya hidup, dan topik-topik lain yang relevan dengan target pasar mereka. Ini merupakan upaya PT Bilna untuk memperluas layanan mereka di luar sekadar menjual produk, dengan memberikan nilai tambah kepada pelanggan mereka melalui konten yang bermanfaat dan informatif.

Gambar 2.1 Logo PT Bilna



Sumber: LinkedIn PT Bilna

Membahas lebih dalam terkait *Media Orami* sendiri, *Media Orami* atau yang dikenal juga sebagai *Orami Magazine* adalah suatu platform media yang berfokus pada topik parenting, kesehatan, dan kehidupan keluarga. Sejarahnya bermula pada pendirian *Orami* yang didirikan pada tahun 2014 di Indonesia oleh Ferry Tenka dan Chitra Widya Swastika.

Awalnya, *Orami* beroperasi sebagai sebuah *e-commerce* yang menyediakan berbagai produk bayi, anak-anak, dan ibu. Kemudian, *Orami* berkembang menjadi lebih dari sekadar platform *e-commerce* dengan meluncurkan *Orami Magazine* lewat akuisisi yang terjadi di bawah PT Bilna. Media ini bertujuan untuk memberikan informasi, saran, dan inspirasi kepada para orangtua dan calon orangtua tentang berbagai aspek kehidupan keluarga, mulai dari perawatan anak, pendidikan, kesehatan, hingga gaya hidup.

Dalam artikel *feature* milik *Orami*, *Orami Magazine* berkomitmen untuk membantu para orangtua dalam memahami berbagai aspek kesehatan yang berkaitan dengan kehamilan, persalinan, perawatan bayi, gizi anak, imunisasi, dan masalah kesehatan lainnya yang mungkin dihadapi oleh ibu dan anak. Sebagian besar artikel *Orami Magazine* juga sering kali membahas tips dan saran praktis tentang bagaimana menjaga kesehatan keluarga secara keseluruhan. Pada intinya, *Orami Magazine* sebagian besar membahas tentang kesehatan keluarga, khususnya pada ibu dan anak.

Orami Magazine sendiri telah menjadi salah satu sumber informasi terpercaya bagi para orangtua di Indonesia. Artikel *feature* milik *Orami Magazine* menyediakan konten-konten berkualitas yang dikurasi dengan baik untuk mendukung perjalanan orangtua dalam membesarkan anak-anak mereka khususnya pada tumbuh kembang sang anak. Dengan fokus pada parenting, *Orami Magazine* terus berkembang seiring waktu, menjadi salah satu platform terkemuka di Indonesia dalam memberikan informasi seputar kehidupan keluarga terkhususnya kesehatan dari bayi hingga dewasa.

Gambar 2.2 Logo Media Orami



Sumber: Orami.co.id

2.1.1 Visi Misi

Media Orami juga memiliki visi misi sendiri yang telah menjadi pedoman dalam menjalankan Perusahaan yang sukses dan bermanfaat bagi masyarakat saat ini. Berikut ini adalah visi misi *Media Orami* secara keseluruhan:

Visi:

- “*Simplifying Parenting*”, yang mengandung arti bahwa Orami ingin menjadi ecommerce yang menyediakan solusi bagi setiap keluarga dalam memberikan informasi tentang pola asuh anak.

Misi:

- “*To create and nurture the most inclusive support system for parents*” Orami ingin membuat sebuah gagasan dan sebuah sistem untuk mendukung dan mengarahkan para orang tua tentang pola asuh anak terutama mengenai kesehatan selama proses pertumbuhan anak.
- “*To provide the most accessible source of learning for parents*” Orami ingin menjadi *e-commerce* untuk sumber informasi dan menjadi tempat untuk orang tua belajar tentang pola asuh anak yang baik dan benar.
- “*To be the most convenient and parent-centric platform to find products and services*” Orami ingin menjadi platform yang paling nyaman bagi orang tua ketika orang tua perlu menemukan produk dan layanan tentang pola asuh anak yang terbaik.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

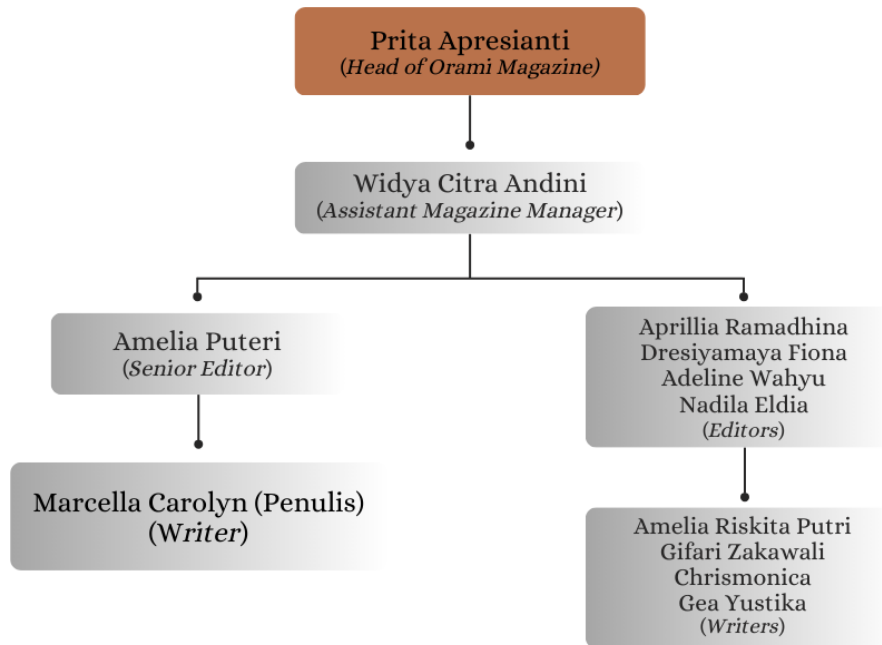
Dalam sebuah media atau organisasi Perusahaan, tentunya banyak pihak yang ikut terlibat dalam mengambil peran masing-masing. Peran yang dijalani oleh setiap pihak tersebut, dijalankan dengan tanggung jawab dan sesuai dengan ranah serta kewajiban yang dimiliki oleh tiap-tiap divisi yang ada dalam Perusahaan tersebut. Bila mengalami kesalahan, pimpinan redaksi atau pemimpin *content* dalam perusahaanlah yang akan mengambil tanggung jawab tersebut.

Struktur yang ditetapkan oleh *Media Orami*, memiliki makna dan tujuan untuk menunjang konten yang akan dihasilkan oleh *Media Orami* setiap harinya. Selain itu, struktur organisasi Perusahaan milik *Media Orami* juga memiliki kegunaan untuk menunjang serta mendukung konten yang baik dan sesuai visi misi perusahaan secara umum untuk dipublikasikan kepada masyarakat umum dan dengan jangkauan yang lebih luas.

Tabel 2.1 Struktur Media Orami

No	Posisi	Nama Karyawan
1.	<i>CEO of Orami</i>	Ferry Tenka
2.	<i>Head of Content Commerce Community</i>	Prita Apresianti
3.	<i>Video & Community Manager</i>	Reza Ritmardani
4.	<i>Social Media Manager</i>	Tavia Aprillia Saputri
5.	<i>Assistant Magazine Manager</i>	Widya Citra Andini
6.	<i>Editors</i>	Amelia Puteri, Adeline Wahyu, Aprillia Ramadhina, Nadila Eldia, dan Dresiyamaya Fiona
7.	<i>Writers</i>	Gea Yustika, Chrismonica, Amelia Riskita Putri, dan Gifari Zakawali
8.	<i>Sosia Media</i>	Talihta Ardedia & Dinda Devi Damayanti
9.	<i>Video Creative</i>	Nabia Riski Meida & Ikhda Rizky Bayu
10.	<i>Video Editor</i>	Tengku Omar Erdiansyah & Kevin Vieri Boyoh
11.	<i>Kameramen</i>	Arif Budiman
12.	<i>Community</i>	Putri Fenti Andriyani
13.	<i>SEO Specialist</i>	Aries Santoso & Prajodi Daris Andaru

Bagan 2. 1 Susunan Orami Magazine Team



Berdasarkan bagan di atas, penulis berada pada kedudukan yang sama sebagai *writer* di *Orami Magazine Team*. *Writer* memiliki tanggung jawab terhadap *assistant magazine manager* atau pengelola team *Orami Magazine* dan editor yang telah dipasangkan. *Writer* mengerjakan tugasnya sebagai penulis di setiap hari kerja, lalu memberikan hasil kerjanya untuk diedit oleh para editor. Setelah editor menyelesaikan tugas yang juga diselesaikan oleh para *writer*, artikel *feature* milik *Orami Magazine* yang telah diedit siap dan segera ditayangkan atau dipublikasikan pada [website orami.co.id/magazine](http://website.orami.co.id/magazine).

Pada setiap bulannya, orang-orang yang tertulis dalam bagan di atas atau *Orami Magazine Team*, memiliki jadwal meeting yang sering disebut dengan *monthly meeting*. Pertemuan ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan *update* bulanan terkait artikel *feature* yang sudah dipublikasikan, serta *engagement* yang didapatkan dari artikel yang telah dipublikasikan. Meeting ini biasanya dilaksanakan di setiap awal bulan.