

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

KapanLagi Youniverse atau disebut juga KLY merupakan media berita daring yang menyajikan berita-berita harian pilihan dan terpercaya yang berada dibawah naungan Emtex Group. Terbentuk pada 28 Februari 2003, KapanLagi Youniverse telah melakukan tiga kali pergantian nama. Nama perusahaan pertama kali di tahun 2003 adalah PT KapanLagi Group, kemudian menjadi PT Fimela Network pada tahun 2010, dan menjadi PT KapanLagi Network pada tahun 2014. Pada tahun 2018, dilakukan merger PT Kreatif Media Karya (KMK) dan PT KapanLagi Networks (KLN) yang menghasilkan KLY Entertainment.

Berdiri sebagai platform berita, KapanLagi Youniverse terbagi menjadi 3 vertikal yang terdiri dari *news*, *entertainment&lifestyle*, dan *sports*. KLY merupakan jaringan media terbesar di Indonesia yang menghadirkan solusi tak terbatas dan multi platforms serta bertujuan untuk menjalin & menjaga hubungan dengan internet users, membangun sentimen positif, menangkal berita hoax, menjaga kredibilitas informasi melalui saluran pemberitaan independen. Didukung oleh hampir 1.000 personel termasuk para profesional di bidang jurnalisme dan kreasi konten.

KLY membangun ekosistem konten yang aman untuk *advertiser* dengan mengutamakan *brand safety* (KapanLagi Youniverse, 2020). Youniverse sendiri memiliki arti 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 menyediakan wadah bagi *brand* yang

berkeinginan untuk menyampaikan informasi atau memberikan edukasi kepada khalayak yang tepat mengenai produk yang mereka tawarkan.

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 menengah.
- 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.

2.1.1 Logo KapanLagi Youniverse



Gambar 2.1 Logo KapanLagi Youniverse

(Sumber: KapanLagi Youniverse, 2018)

2.1.1 Visi Misi

2.1.1.1 Visi

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

2.1.1.2 Misi

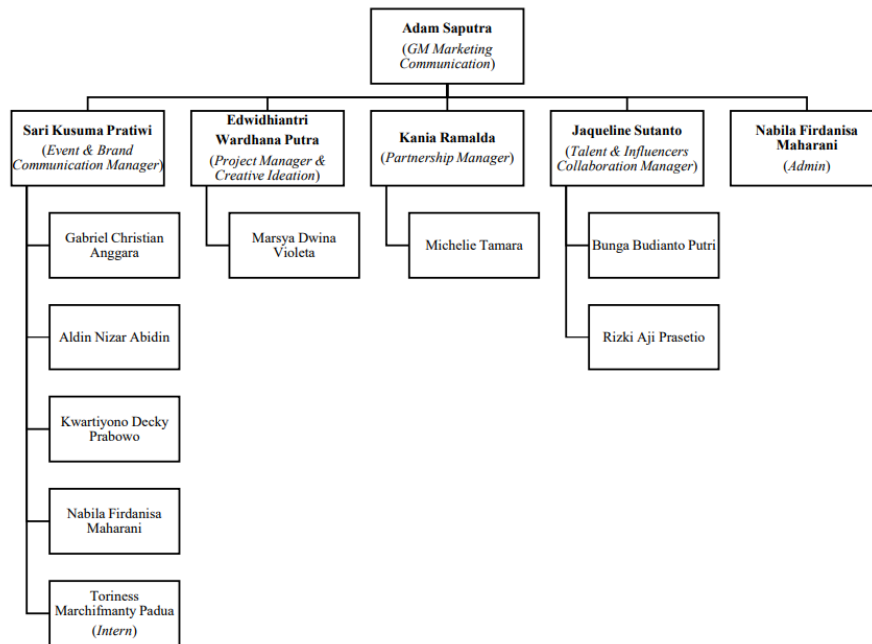
Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui teknologi, inovasi, dan layanan online di era digital dan bertujuan untuk menjadikan masyarakat lebih cerdas dan berpengetahuan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

KLY dipimpin oleh seorang direktur utama yaitu Steven Christian yang bertanggung jawab untuk memimpin dan bertanggung jawab untuk mengambil keputusan atas seluruh kegiatan yang dikelola oleh KLY. Direktur utama membawahi beberapa jabatan yaitu *Vice President Sales*, *Director of Content*, *General Manager Marketing*, *Director of Product*, *Vice President of Information & Technology*, *Vice President Operation (OPS)*, dan *Director of Finance*. Berikut merupakan sekilas struktur organisasi dari KLY:

2.2 Ruang Lingkup Kerja Marketing Communication KapanLagi Youniverse

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Marketing Communication KapanLagi Youniverse



Sumber: KapanLagi Youniverse

Masing-masing divisi tersebut memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

1. GM Marketing Communication

GM *Marketing Communication* bertanggung jawab untuk merencanakan, mengelola dan memantau seluruh aktivitas komunikasi pemasaran dan proses penganggaran. Selain itu, GM *Marketing Communication* mengoordinasikan tugas sesuai struktur kerja dan mengambil keputusan penting untuk seluruh tim yang berada di bawah komandonya. Selain itu, melakukan evaluasi dan pengujian *feedback* yang konstruktif terhadap setiap kegiatan atau acara yang dilaksanakan atau dilakukan oleh seluruh tim Komunikasi Pemasaran.

2. Event & Brand Marketing

Fungsi pemasaran acara dan merek adalah merencanakan dan melaksanakan acara untuk semua saluran media KapanLagi Youniverse, baik yang disponsori maupun tidak disponsori. Event dan brand marketing juga bertugas mengkoordinasikan kelancaran produksi acara dengan pihak

internal dan eksternal. *Event* dan *Brand Marketing* juga merencanakan dan melaksanakan seluruh aktivitas media branding universitas KapanLagi Youniverse, seperti pembuatan materi promosi, produk dan penempatan materi promosi di lingkungan KapanLag Youniverse.

3. Project & Creative Ideation

Tugas proyek dan ide kreatif adalah merencanakan acara atau program kreatif yang ditawarkan kepada sponsor. Selain itu, Proyek dan Ide Kreatif bertugas untuk menindaklanjuti acara yang berhasil dijual oleh tim penjualan dan memastikan semua manfaat sponsorship paket diterapkan dengan baik.

4. Partnership

Tugas *partnership* adalah menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai mitra sehubungan dengan kampanye pertukaran. Kemitraan ini juga menegosiasikan, melaksanakan, memantau dan melaporkan semua kolaborasi pertukaran promosi yang dilaksanakan..

5. Talent & Influencers Collaboration

Misi Kolaborasi Talent dan Influencer adalah mencari dan terhubung dengan talenta dan influencer yang akan menjadi bintang tamu atau pembicara di setiap acara yang diselenggarakan oleh tim *Events* dan *Brand Marketing*. Selain itu, peran kolaborasi *talent* dan *influencer* adalah untuk mengelola perjanjian kolaborasi antara Youniverse KapanLagi dengan para *talent* dan *influencer*, yang sering disebut sebagai nota kesepahaman, dan untuk memastikan bahwa seluruh kewajiban dan hak talent dipenuhi dengan baik. Peran kolaborasi *talent* dan *influencer* juga untuk merespon rider atau kebutuhan yang berbeda dari *talent* dan *influencer* sesuai kesepakatan yang telah dinegosiasikan sebelumnya oleh kedua belah pihak..

6. Admin Officer

Admin Officer bertugas untuk mengolah dan menghitung semua anggaran keuangan yang menjadi pendapatan dan pengeluaran departemen komunikasi pemasaran. Pejabat Tata Usaha juga berkoordinasi dengan tim keuangan untuk memastikan seluruh proses pengelolaan komunikasi pemasaran berjalan lancar.

