

BAB II

GAMBARAN UMUM KAPANLAGI YOUNIVERSE

2.1 Tentang KapanLagi Youniverse

KapanLagi Youniverse dengan sebutan KLY merupakan perusahaan digital yang berisikan berita-berita terbaru dan terpercaya. Sejak awal didirikan awalnya Perusahaan ini memiliki tujuan untuk memanfaatkan teknologi internet untuk membuat konten yang bermanfaat serta menghibur. Beberapa kategori berita yang dipunya juga sesuai dengan kebutuhan masyarakat, yaitu berita olahraga, kecantikan dan tata busana, *News*, hiburan serta *lifestyle*. Perusahaan ini juga menyediakan jasa untuk brand memberikan edukasi serta mempromosikan produk kepada masyarakat sesuai dengan audiensnya masing-masing. Ide dalam mewujudkan strategi tersebut adalah melalui *event management*, *digital campaign* dan juga *digital branding*.

Perusahaan yang didirikan sejak 28 Februari 2003 ini sudah melakukan berbagai perkembangan dan perubahan dalam namanya (Profil Perusahaan, N.D.). Pada tahun 2003, awalnya Perusahaan ini memiliki nama PT KapanLagi Group, lalu berubah menjadi PT Fimela Network di tahun 2010, Pada tahun 2014 berubah menjadi KapanLagi Network dan sekarang menjadi KapanLagi Youniverse. Didirikan oleh Steve Christian, Ben Subiakto, Dian M. Soedarjo dan Eka Wiharto, Saat ini KapanLagi Youniverse menaungi beberapa platform media online dengan target segmen yang beragam seperti *Sports* (Bola.com dan Bola.net), *Beauty & Fashion* (Fimela), untuk *Lifestyle* (Kapanlagi.com), dan *News* (Merdeka.com dan Liputan6.com).

Dengan menjangkau seluruh kalangan, KapanLagi Youniverse dapat bertumbuh besar sehingga melibatkan banyak komunitas yang mengonsumsi platform tersebut. Inilah yang membuat Perusahaan ini menjadi salah satu media terbesar di Indonesia dengan kecepatan informasi serta berita yang ada pada saat ini mereka terus ikut berkembang. Platform berita online yang KapanLagi

Youniverse sediakan dapat diakses melalui media sosial dengan berbagai macam jenis konten, menyesuaikan dengan para audiens yang menggunakannya.

2.2 Visi Misi KapanLagi Youniverse

KapanLagi Youniverse memiliki visi untuk menjadi Perusahaan media online nomor satu di Indonesia yang menghadirkan 360 derajat melalui konsep digital dengan pendekatan yang terintegrasi dan komprehensif. Misi dari KapanLagi Youniverse adalah meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui teknologi, inovasi dan layanan online di era digital dan bertujuan untuk menjadikan masyarakat lebih cerdas dan berpengetahuan.



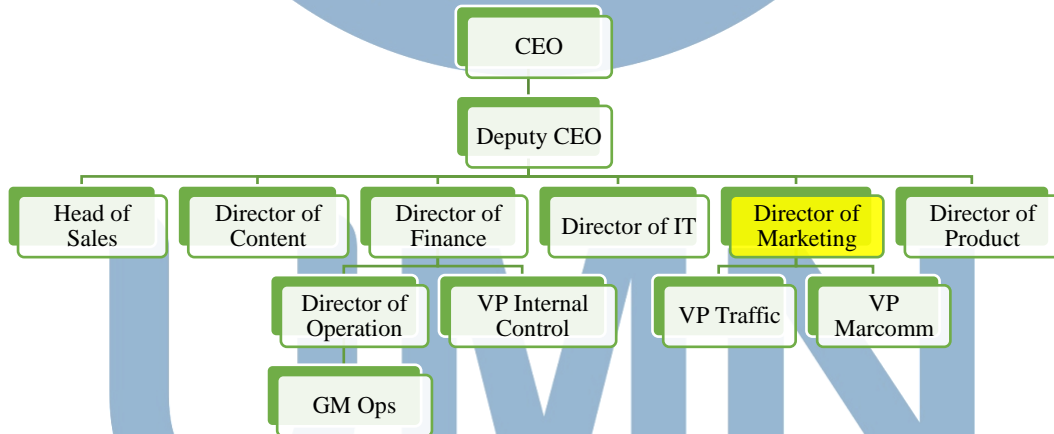
Gambar 2.1 Logo Perusahaan KapanLagi Youniverse
(Sumber: KapanLagi Youniverse, 2024)

Logo KapanLagi Youniverse, terdapat kata “You-niverse” dengan makna didalam hidup kita memiliki sebuah dunia, dunia tersebut akan tercipta sesuai dengan apa yang kita pilih dalam hidup serta bagaimana kita menggambarkan diri kita dengan orang lain.

2.3 Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse

Struktur organisasi KapanLagi Youniverse dipimpin oleh CEO dan dibawahi oleh beberapa departemen lainnya yang juga dipimpin oleh *BOD (Board of Directors)* di masing-masing departemen, yaitu *Sales, Content, Marketing, Product, IT, OPS, dan Finance*. Struktur organisasi yang dimiliki oleh KapanLagi Youniverse adalah sebagai berikut:

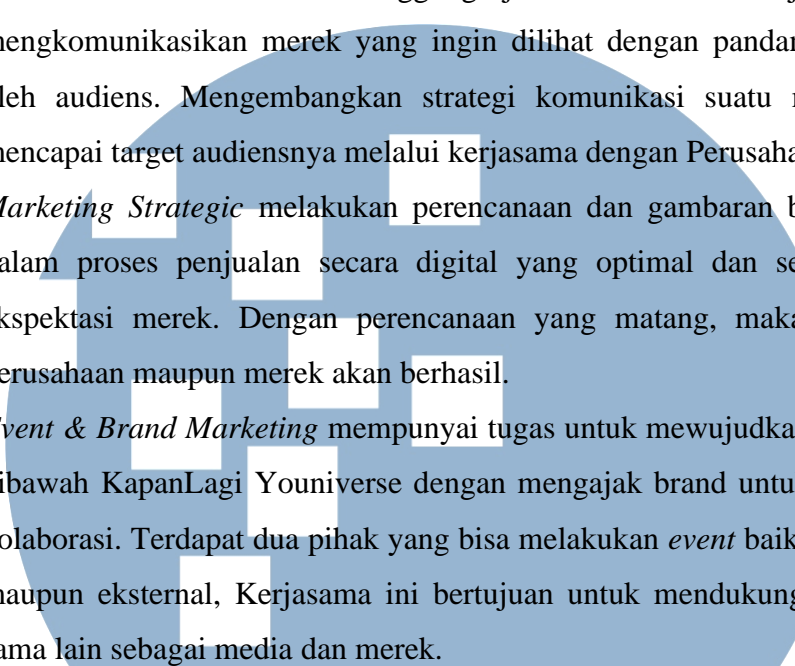
Seluruh departemen di KapanLagi Youniverse mempunyai tugas serta tanggung jawab masing-masing. *Chief Executive Officer (CEO)* berperan sebagai pemimpin dan menentukan Keputusan untuk seluruh anggota perusahaan. *Vice President of Sales* memiliki peran dalam melakukan perencanaan dan melakukan aktivitas penjualan pada konsumen. *Director of Content* berperan dalam mengembangkan berbagai strategi konten dan mengkoordinasikannya kepada anggota. *General Manager Marketing* berperan untuk Menginisiasikan strategi pemasaran serta melihat pertumbuhan penjualan perusahaan. *Director of Product* berperan sebagai pembangun arahan bagaimana strategi suatu produk akan dibangun. *Director of IT* memiliki peran untuk mengawasi serta mengoperasikan sistem dan menangani jika ada permasalahan pemeliharaan. *Vice President Operation* berperan dalam mengimplementasikan rencana dengan divisi lain dalam bidang teknologi. *Director of Finance* mempunyai tugas untuk mengatur budget dan keuangan yang akan dijalankan Perusahaan.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2024)

Berikut merupakan masing-masing job description pada Divisi yang ada di Departemen Marketing dan hubungannya dalam proses kerja magang:

- A. *General Manager of Marketing Communication* memiliki tanggung jawab kepada *Chief Marketing Officer* untuk koordinasi, menyusun strategi serta pelaksanaan aktivitas marketing communication.

- 
- B. *Brand Communication* bertanggung jawab dalam mewujudkan serta mengkomunikasikan merek yang ingin dilihat dengan pandangan tertentu oleh audiens. Mengembangkan strategi komunikasi suatu merek untuk mencapai target audiensnya melalui kerjasama dengan Perusahaan.
- C. *Marketing Strategic* melakukan perencanaan dan gambaran besar strategi dalam proses penjualan secara digital yang optimal dan sesuai dengan ekspektasi merek. Dengan perencanaan yang matang, maka target dari perusahaan maupun merek akan berhasil.
- D. *Event & Brand Marketing* mempunyai tugas untuk mewujudkan suatu *event* dibawah KapanLagi Youniverse dengan mengajak brand untuk melakukan kolaborasi. Terdapat dua pihak yang bisa melakukan *event* baik dari internal maupun eksternal, Kerjasama ini bertujuan untuk mendukung tujuan satu sama lain sebagai media dan merek.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA