

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perkembangan media cetak yang bergeser ke media digital di Indonesia, menjadikan media sosial sebagai *platform* bagi generasi muda. Hal ini menjadi dasar utama perusahaan media digital seperti Indozone dibentuk untuk menjadi *platform* berita dan penyedia *platform* periklanan serta kampanye alternatif yang dikombinasikan dengan media sosial dan media *online*. Indozone menjadi *multi-platform media* berita dan hiburan yang berfokus pada segmen generasi Millennials dan Gen Z. Pada 2014, Indozone pertama kali dibentuk oleh dua anak muda, yaitu Victor Antony dan Niko Arwadi, melalui akun instagram (@indozone.id) dengan *tagline* #KAMUHARUSTAHU.

Seiring berjalannya waktu, akun instagram Indozone berkembang dengan cukup pesat di pasar Indonesia yang dinamis. Pada 2018, PT. Indozone Media Indonesia didirikan dan kemudian meluncurkan portal *website* ([www.indozone.id](http://www.indozone.id)) yang dirilis pada 2 September 2019. Hingga saat ini, perusahaan terus berkarya untuk memenuhi kebutuhan generasi Millennials dan Gen Z, serta memberikan inspirasi yang baik bagi generasi muda Indonesia (Indozone Media Profile, 2021). Sejak *website* Indozone diluncurkan, dalam waktu kurang dari satu tahun, *traffic website*-nya telah mencapai 31 juta *pageviews* dan 16 juta kunjungan. Keberhasilan ini merupakan sebuah prestasi yang luar biasa untuk sebuah portal *website* baru di Indonesia. Dengan lebih dari 50 juta *audience* yang terhubung dan lebih dari 1 miliar tayangan setiap bulan di seluruh *channel* dan *platform*-nya, Indozone telah terbukti menjadi media *player* nasional yang memiliki daya tarik dan konten yang berkualitas tinggi.



Gambar 2.1 Logo dan *Tagline* Indozone

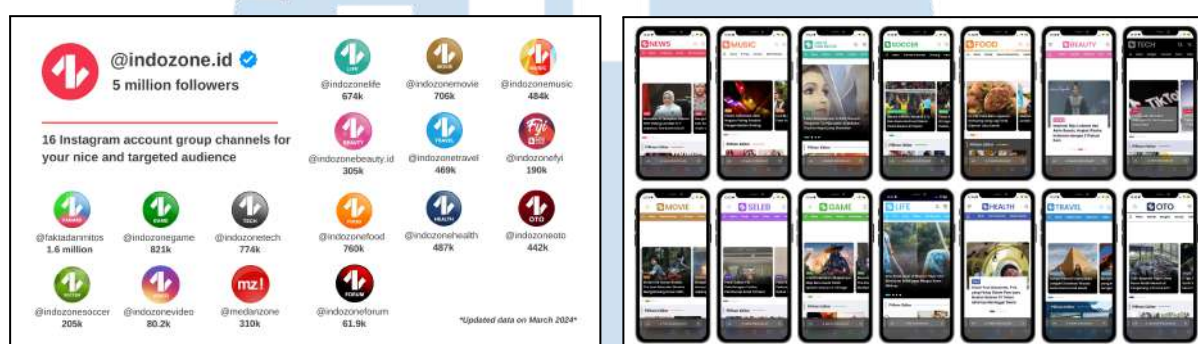
**Sumber :** Dokumen Internal Perusahaan

Filosofi dibalik logo Indozone memiliki makna dari pemikiran yang mendalam. Nama “Indozone” secara khusus menitikberatkan pada konsep “zona” atau “zone” yang merupakan sebuah istilah yang sedang populer di kalangan generasi Millenials dan Gen Z pada saat itu (tahun 2018). Penggunaan warna merah tidak hanya sebagai elemen desain, tetapi juga sebagai simbol keberanian yang apa adanya dalam menjawab kebutuhan dan permasalahan audiens. Bentuk kotak yang melengkung (*rounded*) di sisi logo menitikberatkan pada nada pelafalan kata “Indozone” yang sama, yaitu bunyi “O”, menyampaikan pesan tentang “fleksibilitas”. Penggabungan huruf “I” dan “Z” mewakili identitas sejati dari Indozone itu sendiri, mencerminkan kesatuan dan integritas dalam setiap aspek dari *platform* tersebut (Indozone Media Profile, 2021). Selain filosofi logo, *tagline* terkenal Indozone, “Kamu Harus Tahu” atau dalam bahasa Inggris yaitu “*You Must Know*”, menggarisbawahi pentingnya pertukaran informasi dua arah yang memungkinkan setiap individu menyuarakan pendapat dan aspirasi mereka secara terbuka tanpa hambatan.

Indozone memiliki *corporate core values* yaitu, IVI (*Innovation, Value, Inspiration*) yang selaras dengan tujuan Indozone untuk menjadi media utama bagi para Generasi Millennials dan Gen Z yang menginspirasi, memotivasi, dan mencerminkan semangat generasi muda yang dinamis dan progresif. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai ini ke dalam setiap aspeknya, Indozone dapat berupaya untuk memenuhi visi misinya.

Dalam perkembangannya, Indozone telah mengembangkan berbagai kategori bisnisnya seperti *Content and Placement for Website and Social Media, Platform and Social media Engagement, Video Production* dan *Event* dengan kanal berita yang menjangkau berbagai minat dan kebutuhan generasi Millennials dan Gen Z. Salah satu kanalnya adalah *news* yang menyajikan berita-berita terkini dan terpercaya seputar politik, ekonomi, dan berbagai isu global. Selain itu, Indozone juga memiliki kanal *entertainment* yang memberikan informasi seputar dunia hiburan, seperti film, musik, selebriti, bahkan fakta dan mitos (*fadami*). Kemudian kanal *sports* yang hadir untuk para pecinta olahraga dengan berita dan

liputan langsung tentang berbagai *event* dan pertandingan. Indozone juga tidak tertinggal dalam menyajikan informasi seputar gaya hidup melalui kanal *lifestyle*, *fashion*, *beauty*, kuliner, *travel*, *game* dan *health*. Indozone juga memiliki kanal teknologi yang menyajikan berita dan ulasan terbaru seputar teknologi, *gadget*, dan inovasi. Serta kanal otomotif yang menyajikan berita seputar kendaraan dan lainnya. Setiap kanal ini memiliki *platform*-nya masing-masing, baik di media sosial maupun portal *website*. Berikut adalah tangkapan layar dari dokumen internal perusahaan Indozone terkait kanal, akun instagram, dan portal *website* setiap kanalnya.



**Gambar 2.2** Kanal Media Indozone, Akun Instagram, dan Portal *Website* Setiap Kanalnya

**Sumber :** Dokumen Internal Perusahaan

### 2.1.1 Visi Misi

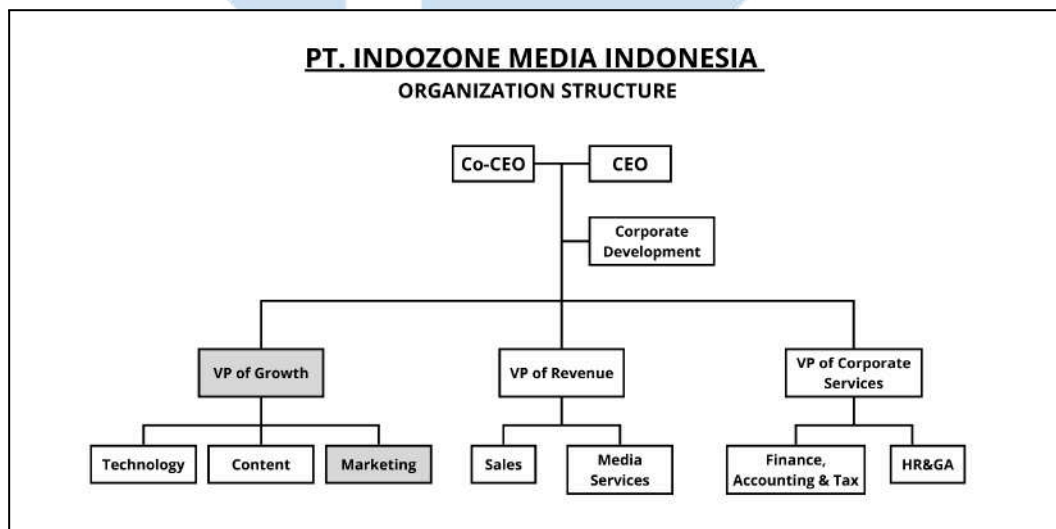
Setiap perusahaan memiliki visi dan misi untuk terus memajukan dan berkomitmen agar perusahaan memiliki kejelasan dan tujuan kedepannya. Indozone memiliki visi dan misi perusahaan sebagai berikut :

1. **Visi :** Indozone hadir untuk menjadi perusahaan media yang memiliki *engagement* tertinggi, dan memberikan konten yang berpengaruh dan menarik bagi generasi Millennials dan Gen Z
2. **Misi :** Untuk mewujudkan visi tersebut, Indozone memiliki beberapa misi sebagai berikut :
  - a. Berupaya untuk menjadi *multi-platform media* yang *top of mind* untuk generasi Millennials dan Gen Z
  - b. Membangun produksi secara internal (untuk menghasilkan konten yang berkualitas dan orisinal)

- c. Menghubungkan dan membangun jaringan dengan para pemangku kepentingan (dengan merek, perusahaan, dan pemerintah)

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi umum PT. Indozone Media Indonesia. Dalam struktur ini, terdapat seorang CEO dan Co-CEO yang memimpin perusahaan. Mereka bertanggung jawab atas bagian *Corporate Development*, yang kemudian membawahi tiga bagian lainnya, yaitu *Growth*, *Revenue*, dan *Corporate Services*. Setiap bagian dipimpin oleh seorang Wakil Presiden (VP) seperti, *VP of Growth*, *VP of Revenue*, dan *VP of Corporate Services*. Sementara itu, divisi *Marketing Communication*, dimana pemangku bekerja, berada di bawah pengawasan langsung *Head of Marketing* (yang juga menjadi atasan langsung pemangku). Berikut merupakan gambar dari struktur organisasi/perusahaan PT. Indozone Media Indonesia secara umum.



**Gambar 2.3** Struktur Organisasi/Perusahaan umum PT. Indozone Media Indonesia

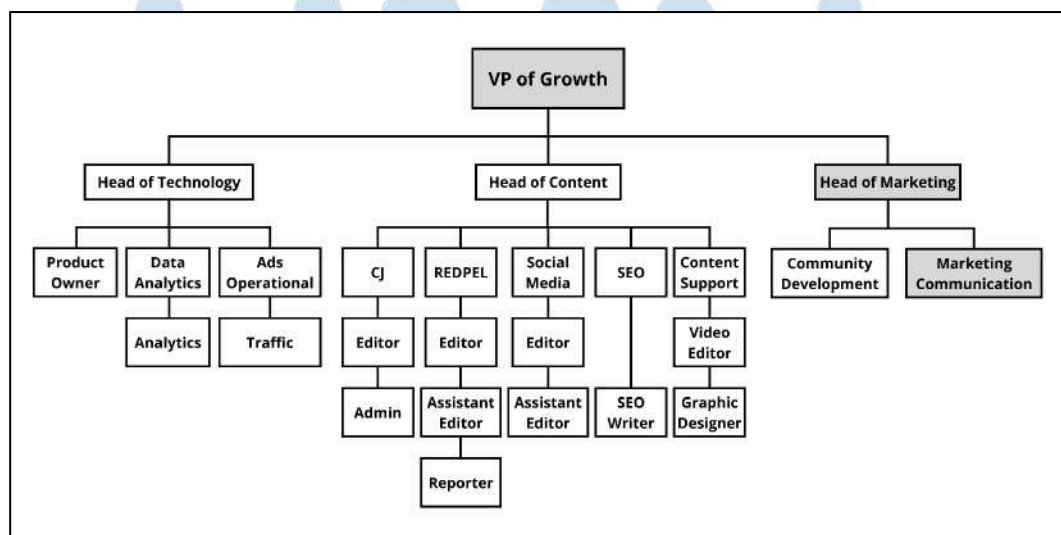
**Sumber :** Dokumen Internal Perusahaan

Selanjutnya, akan dijelaskan struktur yang lebih mendetail dari bagian *Growth*. Bagian ini terdiri dari tiga sub bagian yaitu, *Technology*, *Content*, dan *Marketing* yang masing-masing bagian dipimpin oleh seorang Manajer. *Head of Marketing* membawahi divisi *Community Development* dan *Marketing*

*Communication*. Masing-masing divisi memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda.

1. Divisi *community development* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengakuisisi anggota *Z Creators*, berinteraksi dengan setiap anggota secara teratur melalui berbagai media seperti *email*, telepon, media sosial, dan survei untuk memahami kebutuhan mereka, memberikan pelatihan dan dukungan kepada anggota *Z Creators*, merencanakan dan melaksanakan kampanye retensi, seperti *reminders* untuk perpanjangan, *exclusive event* untuk anggota, dan promosi yang telah ditargetkan, serta memantau tingkat kepuasan anggota dan secara proaktif menangani masalah atau keluhan
2. Divisi *marketing communication* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk membantu menjadi jembatan komunikasi antara pihak eksternal dengan pihak internal, mengirimkan *email* kepada divisi *social media*, *editorial*, dan *web/technology* mengenai informasi terkait *media partner*, membantu departemen *sales* untuk membuat *deck report content* iklan dari *client*, menghadiri *event*, *press conference*, *media visiting* dari *media partner*.

Berikut merupakan gambar dari struktur organisasi/perusahaan PT. Indozone Media Indonesia secara khusus (bagian *Growth*).



**Gambar 2.4** Struktur Organisasi/Perusahaan PT. Indozone Media Indonesia bagian *Growth*

**Sumber :** Dokumen Internal Perusahaan