

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

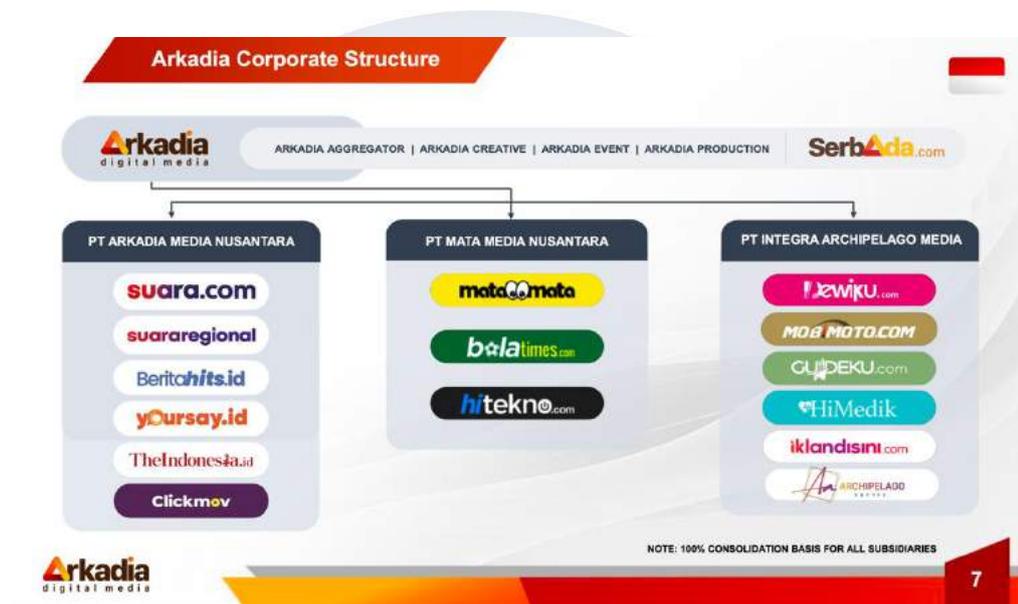
#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan PT Arkadia Digital Media Tbk

Penulis melakukan praktik kerja magang di Suara.com sebagai *social media intern*. Suara.com merupakan salah satu unit usaha milik PT Arkadia Digital Media, logo dapat dilihat pada gambar 2.1, perusahaan ini merupakan grup media digital independen dan terintegrasi yang berbasis di Jakarta Selatan, Indonesia. Pada awalnya PT Arkadia Digital Media Tbk didirikan dengan nama PT Bukit Irama pada tanggal 6 Maret 2012. PT Arkadia Digital Media Tbk mengelola berbagai platform media digital, menciptakan konten dalam beragam format (foto, video, dan audio) untuk keperluan internal dan eksternal, menyediakan konten bernilai bagi perusahaan telekomunikasi, serta membangun sinergi dan kolaborasi dengan berbagai pelaku media digital lokal di berbagai daerah di Indonesia. Saat ini yang menjabat sebagai *chief executive officer* PT Arkadia Digital Media Tbk dan pemimpin redaksi Suara.com adalah Suwarjono. PT Arkadia Digital memiliki delapan portal berita, yaitu Suara.com yang menyajikan informasi terkini dari berbagai belahan dunia, Matamata.com yang membahas seputar selebriti dan hiburan, Bolatimes.com yang khusus membahas sepak bola dan olahraga, Hitekno.com yang fokus pada teknologi, gadget, dan sains, Himedik.com yang berfokus pada kesehatan dan medis, Dewiku.com yang mengulas isu-isu tentang perempuan, Mobimoto.com yang membahas otomotif dan olahraga motor, serta Guideku.com yang mengulas tentang traveling dan F&B. Struktur korporat dapat dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2.1 Logo PT Arkadia Digital Media Tbk

Sumber: Company Profile Arkadia Digital Media (2022)



Gambar 2.2 Arkadia Struktur Korporat  
 Sumber: Company Profile Arkadia Digital Media (2022)

### 2.1.1 Suara.com

Suara.com adalah anak perusahaan dari PT Arkadia Media Nusantara (AMN), yang didirikan pada 11 Maret 2014. Suara.com sendiri adalah portal berita *online* dan informasi umum yang menyajikan informasi terkini mengenai politik, hukum, isu-isu sosial, bisnis, sepak bola, olahraga, hiburan, gaya hidup, kesehatan, teknologi, otomotif, dan lain-lain. Informasi berita tersebut dibuat sedemikian rupa sehingga mudah untuk dimengerti oleh audiensnya. Suara.com menyajikan berita selama 24 jam dan dapat diakses melalui semua perangkat.

Nama “Suara.com” sendiri dipilih karena media ini ingin menjadi media digital yang bisa menyampaikan informasi yang akurat terlebih untuk suara rakyat. Penamaan “Suara” juga diharapkan mampu memberikan motivasi sehingga dapat “bersuara”. Dan juga nama “Suara” terasa mudah untuk diucapkan dan diingat oleh orang-orang. Suara.com ini memiliki banyak kanal seperti kanal teks, video, foto, dan infografis. Berikut ini adalah logo dari Suara.com dapat dilihat pada gambar 2.3

# suara.com

Gambar 2.3 Logo Suara.com

Sumber: Suara.com (2024)

## Visi Misi

Suara.com sebagai salah satu media *online* di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### VISI

Suara.com yaitu menjadi media digital yang mandiri, terintegrasi dan disegani di Indonesia. Suara.com bertujuan untuk menyediakan berita dan informasi yang netral, tidak memihak, dan berimbang bagi para pembacanya. Suara.com juga memiliki mimpi besar dan bekerja keras untuk mewujudkan visi tersebut.

### MISI

Mendirikan dan mengurus berbagai platform media online yang interaktif dan handal, sambil memproduksi serta menyebarluaskan konten kreatif, menjadikan kami sebagai tempat ideal bagi para anak muda berbakat untuk berkembang dan mengasah keterampilan mereka dalam lingkungan kerja yang stimulatif.

## 2.2.1 Kanal Suara.com

Dalam website Suara.com terdapat beberapa kanal pada beranda halaman yang dapat diklik dan akan muncul topik-topik yang diinginkan. Gambar 2.4 berikut ini merupakan tampilan kanal berita. Keterangan dari kanal berita dijelaskan pada tabel 2.1.



Gambar 2.4 Kanal Berita Suara.com

Sumber: Suara.com (2024)

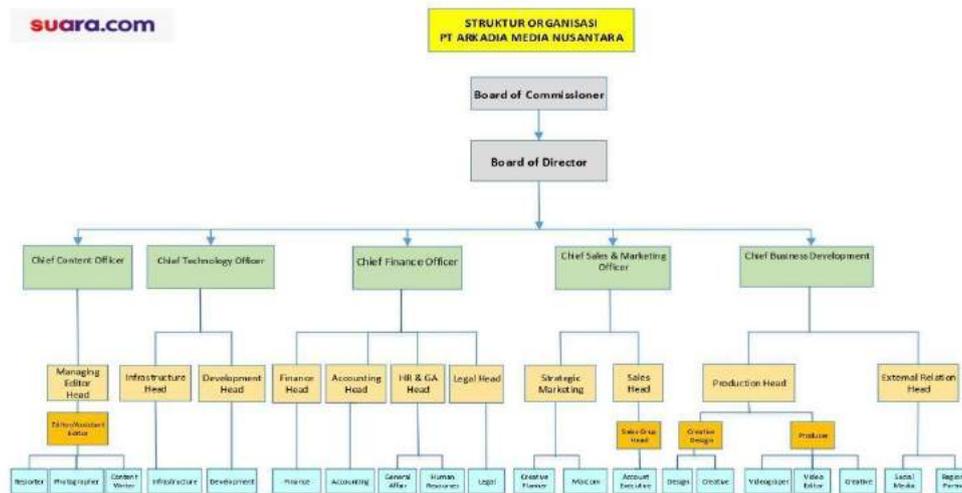
Tabel 2.1 Kanal Berita Suara.com

<b>No</b>	<b>Kanal Berita</b>	<b>Keterangan</b>
<b>1</b>	<i>News</i>	Menyajikan berita tentang isu yang dianggap penting untuk diketahui oleh masyarakat atau publik.
<b>2</b>	Bisnis	Menyajikan berita tentang isu ekonomi, bisnis, bank, dan teknologi ekonomi.
<b>3</b>	Bola	Menyajikan berita tentang bola seperti jadwal pertandingan maupun hasil pertandingan.
<b>4</b>	<i>Sport</i>	Menyajikan berita tentang topik-topik yang berkaitan dengan dunia olahraga.
<b>5</b>	<i>Lifestyle</i>	Menyajikan berita tentang gaya hidup seperti fashion, kecantikan, dan gaya hidup dari selebriti.
<b>6</b>	<i>Entertainment</i>	Menyajikan berita dari dunia hiburan, seperti musik, film, drama, dan gosip artis.
<b>7</b>	Otomotif	Menyajikan berita tentang otomotif, seperti peluncuran produk terbaru motor atau mobil.
<b>8</b>	Tekno	Menyajikan berita tentang teknologi, seperti informasi tentang internet, smartphone, game, dan sains.
<b>9</b>	<i>Health</i>	Menyajikan berita tentang topik-topik seputar kesehatan, seperti penyakit, obat-obatan serta tips kesehatan.
<b>10</b>	Foto	Menyajikan berita seperti informasi terkini pada suatu peristiwa melalui foto jurnalistik.
<b>11</b>	Video	Menyajikan berita berupa visual yaitu, video.

Sumber: Suara.com (2024)

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Arkadia Media Digital Media Tbk khususnya Suara.com, dapat dilihat pada gambar 2.5 berikut ini.



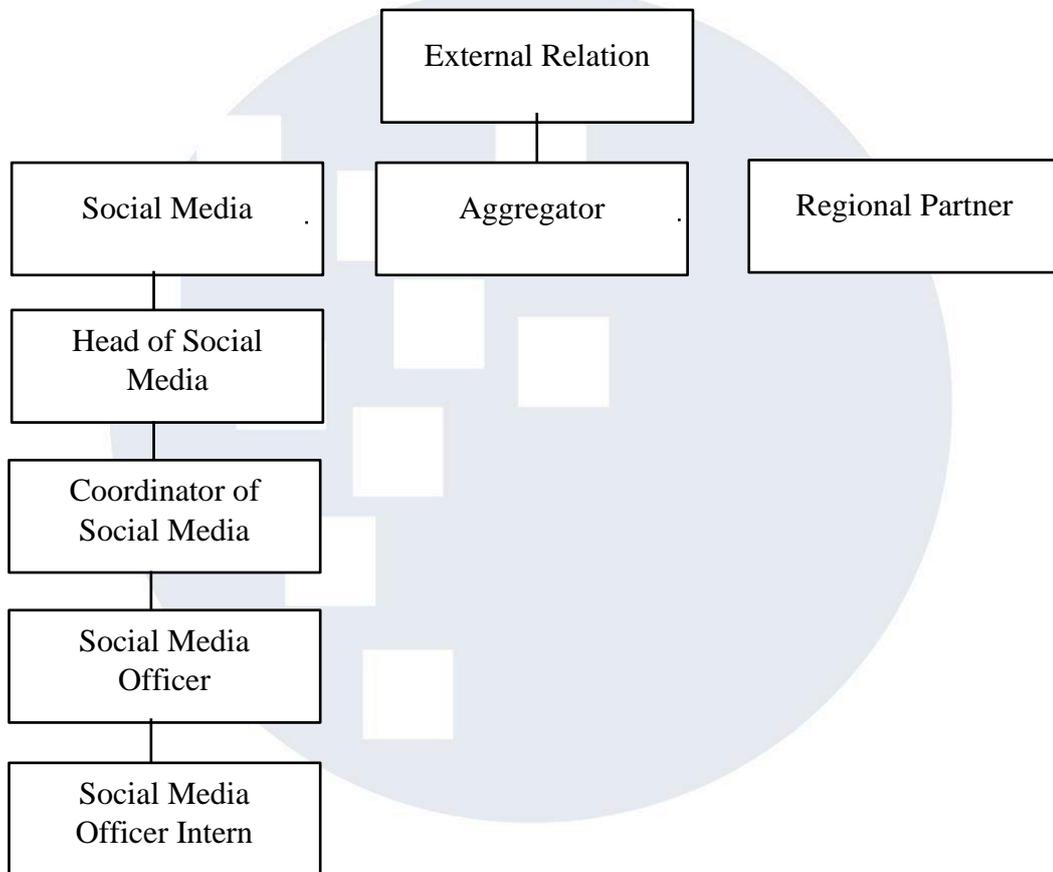
Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Arkadia Media Nusantara

Sumber: Dokumen Perusahaan Suara.com (2022)

## 2.3 Struktur Organisasi Divisi *Social Media*

Divisi *social media* terdiri dari *head of social media* yang saat ini dipimpin oleh Dimas Sagita dan tim divisi *social media officer*. Dalam pelaksanaan kerja magang ini penulis berada di bawah tim *social media officer*, yaitu sebagai *social media officer intern*. *Social media officer intern* memiliki peran untuk mengelola akun media sosial dan membuat konten perusahaan yang terdiri dari Instagram, Facebook, X, TikTok, Whatsapp Channel, berupa tek, video, maupun audio. Lalu penulis juga menayangkan pemberitaan pada kategori *News*, Foto, *Content Creative*(berupa *Today In History*, #SuaraFYI, dan *Quotes Of The Day*), #DireviewinSuara. Dalam divisi ini juga penulis diminta untuk bisa memahami tren yang ada saat ini, dan memahami karakter audiens Suara.com dengan tetap menjaga citra perusahaan. Sehingga mampu meningkatkan interaksi dengan audiens melalui konten-konten yang menarik untuk dilihat. Struktur organisasi dijelaskan dalam tabel 2.2.

Tabel 2.2 Struktur Organisasi Divisi *Social Media*



Sumber: Perusahaan Suara.com (2024)

*Head of Social Media* : Dimas Sagita

*Coordinator of Social Media* : Elga Maulina Putri

*Social Media Specialist* : Septiani Riski Eka Putri

: Aulia

*Social Media Specialist Intern* : Anindita Purwania Damayanti

: Denis Pramesti

: Gloria Carolina Mentang

: Kanaya

: Kezia Tarraisma

: Nicolas Alfonso

: Sausan Yusya Afra

Divisi *social media* yang merupakan bagian dari *external relation*. Hal ini karena *social media* bersifat menghubungkan antara perusahaan dengan pihak luar atau target audiens. Dan memiliki tanggung jawab untuk membuat konten dan mengelola akun media sosial Suara.com. Pelaksanaan magang sebagai *social media officer intern* melibatkan pembuatan dan pengunggahan berbagai jenis konten seperti feeds News, #TodayInHistory, #SuaraFYI, #QuotesOfTheDay, foto, voice over, dan video. Dalam proses pembuatan konten foto dan video, saya terlebih dahulu meminta evaluasi melalui grup WhatsApp social media sebelum mengunggahnya. Elga Maulina Putri, sebagai *coordinator of social media*, memiliki tugas serupa dengan tim *social media*, bertanggung jawab atas konten di media sosial dan mengawasi konten yang dibuat oleh social media intern. Sementara itu, Dimas Sagita, sebagai *head of social media*, bertugas mengatur seluruh platform *social media* perusahaan dan membuat *content plan* yang akan disampaikan kepada tim *social media*. Selain itu peran *aggregator* adalah mengumpulkan dan mengkurasi konten dari berbagai sumber untuk distribusi kepada audiens melalui platform media perusahaan. Ini membantu meningkatkan jangkauan serta kualitas konten yang disajikan kepada pengguna. Selanjutnya peran *regional partner* adalah membangun dan menjaga kemitraan dengan media lokal, komunitas, dan lembaga lain di berbagai daerah. Yang dimana bertanggung jawab dalam mengembangkan jaringan kerjasama yang dapat memperluas cakupan pemberitaan Suara.com serta memperkuat hubungan perusahaan dengan audiens regional secara efektif.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A