

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang kumparan

kumparan, sebuah *platform* media berita digital terdepan di Indonesia, telah memberikan ruang bagi penggunanya untuk mengakses, menciptakan, dan berbagi berita dan informasi secara beragam. Sejak didirikan pada Januari 2017, kumparan telah menjadi *platform* media pertama di Indonesia yang menerapkan jurnalisme berbasis teknologi, yang memungkinkan interaksi antara pengguna (kumparan, 2017).

Perusahaan ini menonjolkan tiga pilar utama pengembangannya, yakni keunggulan dalam bidang jurnalisme, teknologi, dan *storytelling*. Dalam konteks jurnalisme, kumparan menegaskan pentingnya konten yang kredibel oleh jurnalis yang telah tersertifikasi oleh Dewan Pers. Teknologi yang diterapkan oleh kumparan menggunakan *Personalization Algorithm Technology* (PAT) untuk menyampaikan konten berkualitas kepada audiens yang relevan dan pada waktu yang tepat. Selain itu, kumparan juga menekankan pentingnya gaya bercerita yang menarik dalam setiap konten dan kampanyenya.

kumparan, sebagai sebuah perusahaan *start-up* media, berhasil menciptakan citra yang dinamis dengan budaya kerja yang kekinian. Mereka menonjolkan nilai "*Excellent in Technology*" dengan menyajikan layanan media yang mirip dengan media sosial, yang memungkinkan pengguna untuk membaca, membuat, dan berbagi informasi, didukung dengan pendistribusian konten kepada audiens yang relevan. Kolaborasi dengan jaringan media yang luas memungkinkan kumparan untuk menghasilkan berita secara cepat, akurat, dan mencapai berbagai daerah. Informasi dari lebih dari seribu media serta tulisan dari pengguna pribadi dapat disajikan di kumparan melalui proses kurasi wartawan kolaborasi.

Selain menjadi kanal utama, Kumparan menawarkan berbagai kanal lain seperti kumparanMOM, kumparanWOMAN, dan kumparanPLAY, masing-masing dengan segmentasi dan informasi yang berbeda. Di setiap kanal tersebut,

kumparan memiliki komunitas yang aktif dan mengadakan berbagai *event* setiap bulan untuk meningkatkan retensi audiens dan memperkuat interaksi antara pengguna dan *platform*. Aktivitas komunitas ini mencerminkan komitmen Kumparan dalam menjaga keterlibatan pengguna dan menciptakan lingkungan yang inklusif bagi seluruh komunitasnya.

2.2 Visi Misi kumparan

Berdasarkan dokumen *company profile* yang penulis temukan, visi kumparan adalah memanfaatkan data dan berinovasi untuk menyajikan konten terbaru kepada jutaan pembaca setiap hari melalui penceritaan dan jurnalisme kelas dunia.

Misi perusahaan ini disampaikan melalui tiga pilar utama, yang pertama adalah "*Excellent in Journalism*," di mana kumparan bertanggung jawab untuk menyediakan konten yang akurat dan adil kepada pembacanya. Selanjutnya, mereka menekankan "*Excellent in Storytelling*," yang berarti mereka berupaya memicu minat dan emosi publik melalui cerita-cerita yang disajikan dalam artikel mereka. Terakhir, Kumparan menonjolkan "*Excellent in Technology*," dengan menggunakan *Personalization Algorithm Technology (PAT)* dan *data-driven* untuk memberikan pengalaman yang disesuaikan kepada pengguna mereka.

Tak hanya itu, kumparan juga mengusung lima nilai perusahaan. Pertama, "*influential*," yang menggarisbawahi posisi mereka sebagai titik referensi dalam pembuatan kebijakan, pemimpin dalam industri, dan figur publik. Kedua, "*localised*," yang mencakup wilayah nasional dengan konten *hyperlocal*. Kemudian, "*inclusive*," menekankan penerimaan terhadap ketertarikan dan keterlibatan masyarakat. Selanjutnya, "*relevant*," yang menegaskan komitmen Kumparan untuk memberitakan peristiwa dan informasi terkini dengan dukungan dari jaringan media yang luas. Terakhir, "*trusted*," menunjukkan keberanian kumparan dalam menyampaikan informasi secara adil dan akurat kepada pembaca mereka.

2.3 Struktur Organisasi PT. Dynamo Media Network

2.3.1 Struktur Perusahaan PT. Dynamo Media Network

Berdiri sejak tahun 2017, kumparan bergerak dengan struktur di bawah ini:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Ogilvy

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3.1 Struktur Divisi



Gambar 2.2 Struktur Departemen Content

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Berdasarkan bagan di atas, divisi *Content Creator* berkolaborasi secara langsung dengan divisi *Social Media* dan di bimbing secara langsung oleh Novya Nasrati selaku Supervisor peserta magang. Per bulannya, Novya Nasrati akan melakukan evaluasi dan *tracking* KPI, pembagian tugas untuk ditempatkan dalam acara komunitas, dan pembekalan seputar pembuatan konten dalam proses magang ini. Divisi *Content Creator* memiliki tanggung jawab terhadap pembuatan materi dalam keperluan sosial media baik dari tipe konten promosi, pembagian berita, dan *engagement*.