



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 PROFIL PERUSAHAAN

2.1.1 SEJARAH PERUSAHAAN

PT Kreatif Media Karya berdiri pada tanggal 02 Januari 2012, yang mempunyai lima produk yaitu situs online portal berita Liputan6.com, situs web berbagi video Vidio.com, situs hiburan Bintang.com, situs berita olahraga khususnya sepakbola Bola.com, dan juga situs pencarian kerja Karir.com. PT. KMK ini merupakan salah satu unit usaha baru dari EMTEK (Elang Mahkota Teknologi) Group yang juga memiliki unit usaha media lainnya, diantaranya SCTV, Indosiar dan O Channel.

Vidio.com merupakan situs berbagi video yang awalnya digunakan untuk menyajikan program-program acara SCTV, Vidio.com didirikan September 2014 oleh Adi Sariaatmadja dan dikelola langsung oleh PT Kreatif Media Karya sendiri. Vidio.com menampung dan menjadi wadah bagi semua karya kreatif tentang Indonesia, baik musik, seni, budaya, film, sport, dan beragam karya video yang layak ditonton masyarakat.

Konten-konten dalam Vidio.com dibuat sesuai dengan masyarakat Indonesia, sehingga masyarakat Indonesia merasa lebih nyaman dengan situs berbagi video

buatan Indonesia dibanding situs berbagi video luar seperti Youtube.com ataupun Vimeo. Video.com memang awalnya dibuat untuk menampung video-video dari tayangan SCTV maupun Liputan6.com namun seiring dengan berkembangnya kini Vidio.com sendiri memiliki berbagai macam konten dan konten-konten ini diupdate sesuai dengan event-event yang terjadi dalam masyarakat, bahkan Vidio.com juga sering mengadakan kontes-kontes berhadiah total ratusan juta rupiah dengan cara mengupload video buatan sendiri dengan cara penghitungan jumlah viewers dan jumlah like terbanyak.

Salah satu contoh kontes yang diadakan Vidio.com adalah GGS (Ganteng Ganteng Serigala) mencari bintang. GGS adalah sinetron dari SCTV yang ratingnya sedang tinggi, di dalam kontes GGS mencari bintang peserta dari kalangan masyarakat umum bebas mengunggah video dirinya sendiri berakting dengan durasi sekitar 1-3 menit dan jika dalam waktu yang ditentukan peserta tersebut mendapat jumlah *like* dan jumlah *viewers* yang terbanyak, maka peserta mendapatkan hadiah uang tunai dan juga berhak beradu akting di sinetron Ganteng Ganteng Serigala. Acara ini di selenggarakan memang untuk mempromosikan Vidio.com yang masih baru.

Selain GGS mencari bintang salah satu kontes yang digunakan Vidio.com untuk mempromosikan mereka adalah Vidiofie. Di dalam Vidiofie peserta yang sudah lolos dari hasil casting akan mengupload video selfie mereka, video tersebut berupa apa saja baik kegiatan sehari-hari ataupun yang lainnya. Peserta dalam jangka waktu yang

ditentukan jika mendapatkan *viewers* dan jumlah *like* terbanyak maka dinyatakan menang, total hadiah Vidiofie ini puluhan juta rupiah.

2.1.2 NAMA PERUSAHAAN

Gambar 2.1 Logo Vidio.com

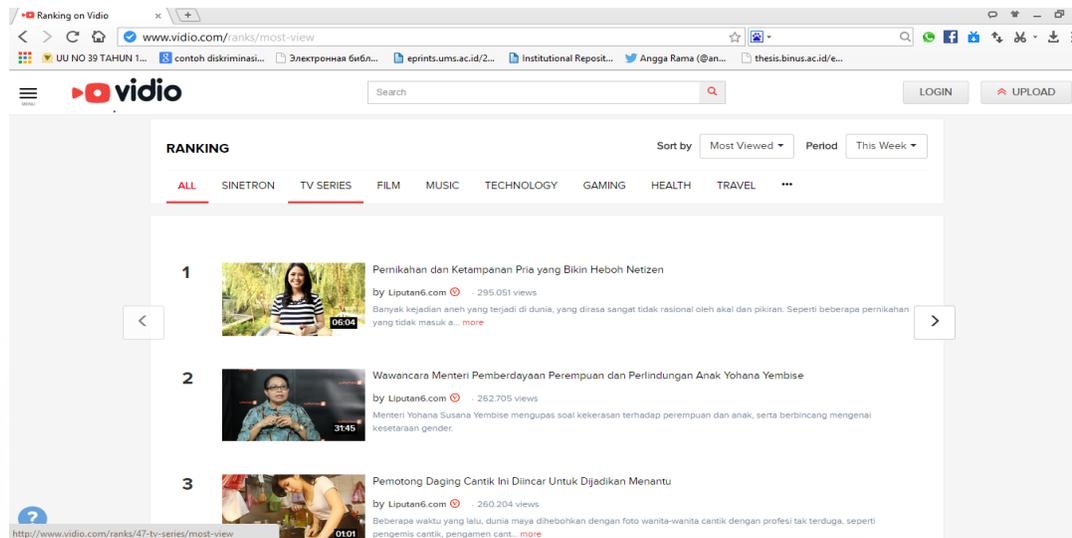


Vidio.com adalah salah satu situs berbagi video pertama di Indonesia yang menampilkan konten-konten yang sangat dekat dengan masyarakat Indonesia dan juga konten-konten yang sedang hits dimasyarakat. Selain menikmati para user juga dapat mengupload videonya sendiri ke Vidio.com.

Gambar 2.2 Halaman Web Vidio.com



Gambar 2.3 Berbagai macam konten Vidio.com



Gambar 2.4 New Flash Liputan 6.com yang di upload juga di Vidio.com



Gambar 2.5 Salah satu kontes vidio.com yaitu Vidiofie



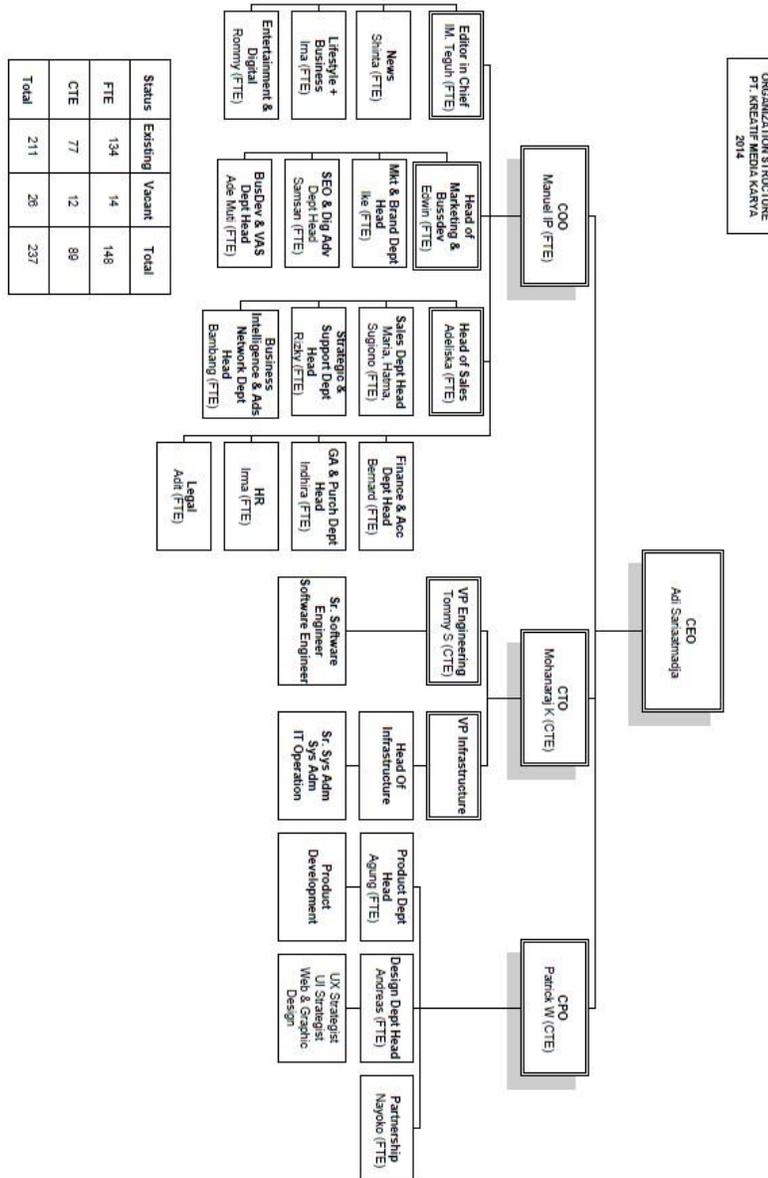
Vidio.com diluncurkan pada tanggal 1 September 2014 dan sampai sekarang vidio.com telah menampung jutaan video unggahan dari user secara bebas dan juga sesuai konten.

Selain sebagai media sosial layanan web berbagi video, Vidio.com juga sering mengadakan kontes-kontes yang berhadiah jutaan rupiah. Kontes ini digunakan sebagai sarana promosi dari Vidio.com karena baru berdiri sekitar 2 tahun.

Berdasarkan traffic track dari google analytic hampir 70% pengunjung dari Vidio.com berasal dari Indonesia 20% dari India dan 10% dari negara-negara lain. Banyaknya user dari India karena ternyata masyarakat India tertarik dengan acara-acara sinetron ftv SCTV yang memang selalu di unggah di Vidio.com.

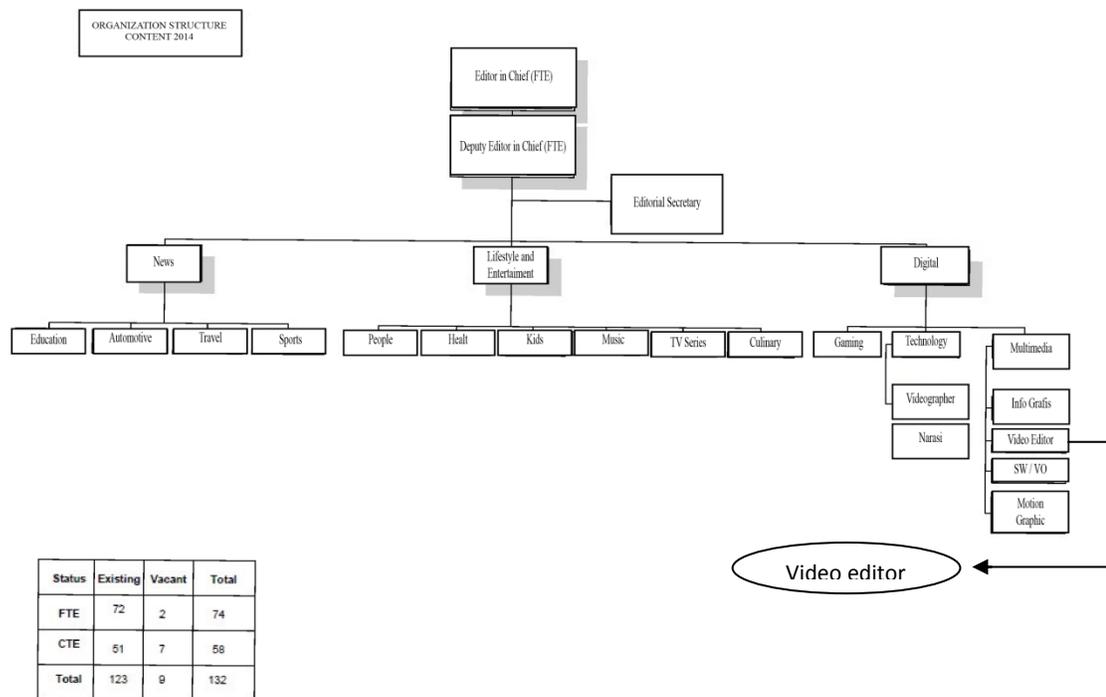
2.2 RUANG LINGKUP KERJA DIVISI TERKAIT

2.2.1 STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN



Gambar diatas adalah struktur organisasi perusahaan dari KMK Online yang merupakan kepala perusahaan dari Vidio.com. Vidio.com, Liputan6.com, Bintang.com, Lakupon.com, Rumah.com, Karir.com dan Hometesterclub.com semua dikelola oleh KMK Online yang di pimpin oleh Adi Satriaatmadja.

2.2.2 STRUKTUR ORGANISASI KONTEN VIDIO.COM



Ruang lingkup penulis selama melakukan praktik magang berada dibawah divisi content dan menjadi *video editor*, hal ini terjadi karena kekosongan di bagian video

editor pada Vidio.com yang masih baru berdiri. Penulis bertugas mengatur serta mengedit berbagai macam video yang ada didalam vidio.com. Dalam hal ini juga penulis mengedit video peserta kontestan Vidiofie.

Penulis ditugaskan oleh koordinator tim *content* Datika untuk membantu proses edit pasca produksi dan pada saat post produksi pada saat kontes Vidiofie selain itu penulis juga bertugas menjadi *videographer* dan *photographer*.



UMN