BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada awal nya PT KapanLagi Dot Com Networks, yang kini dikenal sebagai KapanLagi Youniverse (sebelumnya mempunyai nama KapanLagi Group, Fimela Network, dan KLN) atau KLY, merupakan salah satu kelompok media daring di Indonesia. Yang telah berdiri sejak 28 Februari 2003 dengan nama Kapanlagi.com didirakn oleh Steve Christian, kelompok ini sekarang berada di bawah naungan Surya Citra Media.

Di masa perkembangan perusahaan tersebut salah satu visi misi nya adalah untuk membangun perusahaan teknologi internet yang akan dan dapat mengubah lanskap konsumsi konten, dengan ini KapanLagi.com bisa memanfaatkan momentum pertumbuhan pengguna ponsel di Indonesia untuk menyediakan hiburan. Berawal dari tim sederhana yang terdiri dari lima orang, yang sebagian besar adalah insinyur, KapanLagi Group kini menjadi salah satu perusahaan internet terkemuka di Indonesia dengan 500 karyawan. Seiring perkembangannya, KapanLagi Group juga memperluas lini bisnisnya ke berbagai bidang, seperti Bola.net, Vemale.com, Otosia.com, dan Merdeka.com.

Pada tahap selanjut nya perusahaan tersebut mengubah nama nya lagi dan memiliki nama Kapanlagi *Group* yang perlahan-lahan mengubah nama nya akibat bertambah nya karyawan dan menciptakan berbagai website yaitu Bola.net, Vemale.com, dan Merdeka.com. pada tahun 2014 mereka menganti nama nya menjadi KapanLagi Network dikarenakan telah melakukan merger perusahaan dengan Fimela Network yang Dimana mereka berahli dengan jaringan gaya hidup kecantikan dalam mengoperasikan beberapa website mereka. Terakhir berujung pada tahun 2018 mereka lagi menggantikan nama nya dari KapanLagi Network menjadi yang sekarang yaitu KapanLagi Youniverse.

2.1.1 Logo Perusahaan

Gambar 2.1. Logo Kapanlagi Youniverse
Sumber : Kapanlagi Youniverse (2024)

Logo Kapanlagi Youniverse, yang ditampilkan di atas, merupakan representasi visual dari keyakinan bahwa setiap orang memiliki kekuatan untuk menciptakan dunianya sendiri. Penggunaan kata "*you*" dan "*universe*" secara bersamaan menekankan bahwa kemampuan individu dalam membentuk realitasnya tidak terbatas. Meskipun terdapat berbagai interpretasi yang mungkin, semuanya mengarah pada satu kesimpulan utama: visual memiliki peran penting dalam membantu kita mewujudkan tujuan.

2.1.2 Visi & Misi Perusahaan

Visi dan Misi Kapanlagi Youniverse mencakup dua aspek utama. Pertama, dalam konteks internal, perusahaan sendiri berupaya menjadi salah satu penyedia media daring terkemuka di Indonesia melalui integrasi dan pendekatan inovatif terhadap media digital. Kedua, dalam konteks eksternal, Kapanlagi Youniverse bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia melalui teknologi, inovasi, dan layanan daring di era digital, sehingga mendorong terciptanya masyarakat yang lebih berpengetahuan dan cerdas.

2.1.3 SWOT Perusahaan

Di dalam perusahaan Kapanlagi Youniverse, keunggulan yang dapat dimanfaatkan adalah portofolio platform yang beragam. Platform-platform ini menyajikan berita dan informasi dari berbagai sumber sesuai dengan divisi masing-masing, sehingga mampu menjangkau audiens yang luas. Variasi konten yang dihasilkan, sesuai dengan keahlian setiap divisi, berhasil menarik minat pembaca dari berbagai kalangan. Di sisi kelemahan, dalam bidang redaksi dan distribusi artikel daring, Kapanlagi Youniverse menghadapi persaingan yang ketat. Selain itu, sebagai media daring, perusahaan rentan terhadap penyebaran berita bohong (hoaks), yang memerlukan perhatian khusus untuk menjaga kredibilitas. Perubahan algoritma platform daring juga dapat memengaruhi visibilitas konten dan mengurangi trafik situs web.

Peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan adalah pertumbuhan pengguna internet di Indonesia, yang memberikan kesempatan besar bagi Kapanlagi Youniverse untuk memperluas jangkauan audiens melalui penyediaan konten media yang beragam. Terakhir, terkait ancaman, perkembangan teknologi yang pesat dapat mengganggu infrastruktur distribusi informasi yang ada. Regulasi pemerintah terkait media daring berpotensi memengaruhi operasional perusahaan.

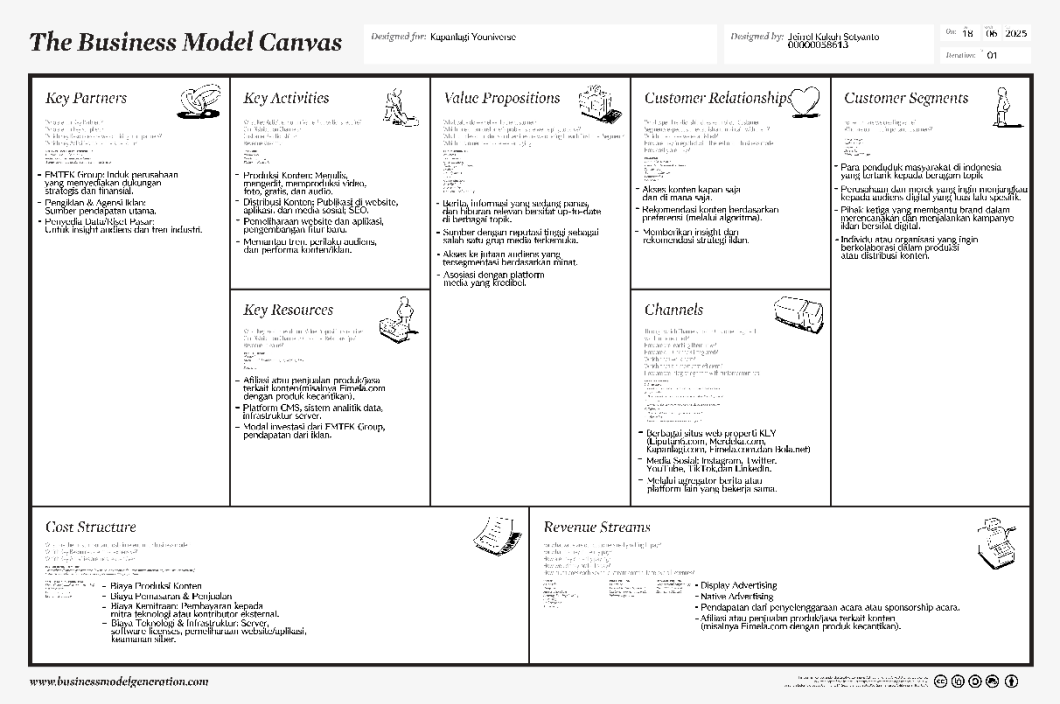
Tabel 2.1. SWOT Perusahaan

SWOT	Deskripsi
Strength	a) Menyediakan platform media yang beragam b) Memiliki divisi khusus dalam topik masing-masing c) Mempunyai variasi terhadap konten yang dihasilkan
Weakness	a) Persaingan ketat terhadap distribusi dan redaksi artikel b) Bahayanya dengan penyebaran informasi palsu atau hoaks c) Berubah nya algoritme berita sehingga harus beradaptasi
Opportunities	a) Perkembangan zaman di era digital b) Pengguna internet di Indonesia bertambah c) Kontent yang dihasilkan memikat kepada peminat
Threat	a) Perkembangan teknologi yang menganggu infrastruktur b) Regulasi keluar masuk nya informasi dari pemerintah

Sumber: Dokumentasi Pribadi

2.1.4 *Business Model Canvas* Perusahaan

Pada dasar nya BMC atau Business Model Canvas ini merupakan sebuah grafik yang funsgi utama nya menjadi alat untuk menentukan dan memvisualisasikan, mengembangkan, dan memodifikasi dalam model bisnis suatu perusahaan. Berikut merupakan BMC dari KapanLagi Youniverse.



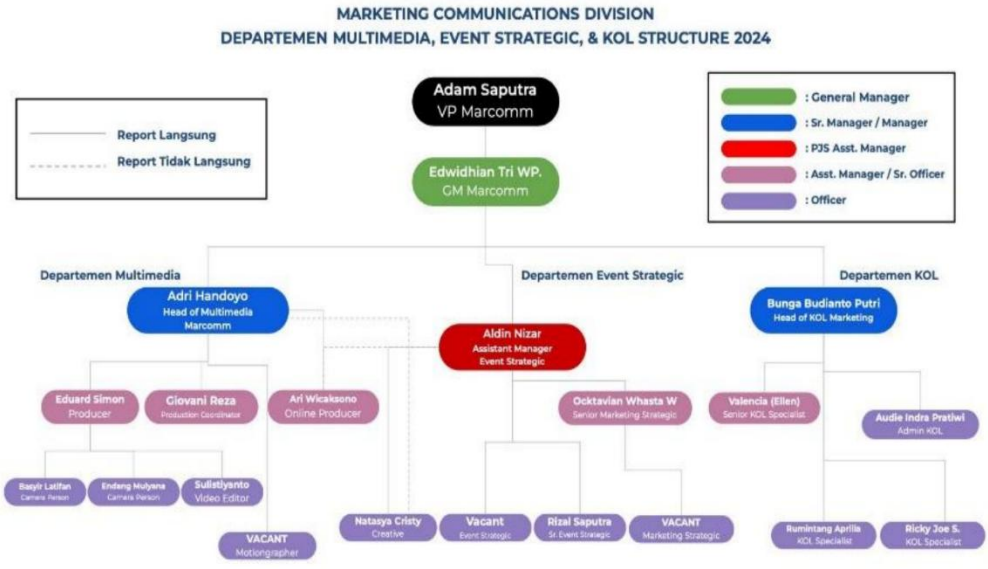
Gambar 2.2. Business Model Canvas Kapanlagi Youniverse
Sumber : Dokumentasi Pribadi

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada dasar nya struktur bentuk dari organisasi atau perusahaan, sebagai sebuah sistem hierarki, memetakan beberapa komponen-komponen krusial yang dapat membangun dan membentuk sebuah perusahaan. Setiap individu atau sumber daya manusia yang terlibat di dalamnya memiliki posisi dan fungsi yang berbeda-beda. Struktur ini dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan memastikan bahwa individu yang kompeten ditempatkan pada posisi yang sesuai dengan bidang dan keahlian mereka.

Struktur perusahaan KapanLagi Youniverse juga menerapkan bentuk dasar dalam pembentukan dan penataan posisi setiap karyawan, tepat nya di dalam divisi *Marketing Communications* KapanLagi Youniverse terdiri dari tiga departemen utama yang masing-masing memiliki tanggung jawab penting dalam mendukung tujuan komunikasi pemasaran perusahaan.

Ketiga departemen tersebut adalah Departemen Multimedia, *Departemen Event Strategic*, dan *Departemen* KOL. Adam Saputra, sebagai Vice President (VP) *Marketing Communications*, bertanggung jawab atas kepemimpinan divisi ini secara keseluruhan. Edwidihan Tri WP, sebagai *General Manager* (GM), bertanggung jawab langsung kepada VP untuk memastikan kelancaran operasional masing-masing departemen. Dalam Departemen Multimedia, Adri Handoyo sebagai *Head of Multimedia Marcomm* bertanggung jawab atas seluruh kegiatan produksi konten, mulai dari video hingga fotografi dan editing.



Gambar 2.3. Struktur perusahaan Kapanlagi Youniverse
Sumber : Kapanlagi Youniverse (2024)

2.2.1 Divis Perusahaan

KapanLagi Youniverse pada dasarnya merupakan platform media digital. Oleh karena itu, perusahaan ini memiliki beberapa divisi atau cabang khusus yang menangani setiap topik unik yang sedang menjadi perhatian masyarakat Indonesia.

Setiap divisi memiliki bidang spesialisasi masing-masing karena topik yang dikelola memerlukan sumber daya dan keluaran tersendiri. Kehadiran unit bisnis ini diharapkan oleh perusahaan untuk menghasilkan informasi yang teraktual dan terlengkap bagi para pembacanya. Dengan itu berikut merupakan salah satu divisi yang sang penulis duduki :

Gambar 2.4. Logo Bola.com
Sumber : Kapanlagi Youniverse (2024)

a. Bola.com

Bola.com merupakan salah satu divisi yang bertugas menyampaikan berita khusus bagi penggemar sepak bola. Divisi ini menyajikan informasi terkini seputar pertandingan sepak bola, baik di Indonesia maupun mancanegara.

Meskipun memiliki nama yang mirip dengan divisi Bola.net, di dalam Bola.com lebih berfokus pada pemberitaan sepak bola dalam Indonesia. Selain itu, divisi ini juga menampilkan kisah-kisah inspiratif dan menarik dari para pemain sepak bola Indonesia serta tokoh inspiratif lainnya di dunia sepak bola. Untuk memperkaya pengetahuan dan wawasan pembaca, Bola.com juga terkadang menyajikan berbagai berita olahraga lain yang populer di Indonesia.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA