

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

2.1.1 IDN

IDN merupakan perusahaan teknologi konsumen (*consumer technology company*) asal Indonesia yang memiliki visi besar untuk menciptakan Indonesia yang lebih baik melalui pemberdayaan generasi muda, khususnya generasi Z dan milenial. Didirikan pada tanggal 8 Juni 2014 oleh Winston Utomo dan William Utomo di Surabaya, Jawa Timur, IDN telah berkembang menjadi perusahaan media digital terdepan di Indonesia yang menaungi berbagai merek dan platform konten lintas kategori, seperti berita, hiburan, gaya hidup, komunitas, hingga konten berbasis teknologi digital.

Sebagai perusahaan induk, IDN membangun ekosistem digital yang terdiri atas sejumlah unit bisnis yang menjangkau berbagai segmen minat dan kebutuhan audiens muda di Indonesia. Salah satu unit strategis dalam ekosistem tersebut adalah Yummy, yaitu platform digital yang berfokus secara khusus pada bidang kuliner. Yummy diluncurkan sebagai bagian dari upaya IDN untuk menangkap peluang dalam industri makanan dan minuman (F&B) yang tengah berkembang pesat, sekaligus menjawab kebutuhan akan konten resep, tutorial memasak, dan eksplorasi kuliner yang dikemas secara menarik, informatif, dan mudah diakses oleh masyarakat luas, khususnya generasi Gen-Z dan Milleneial.

Dengan fokus pada konten kuliner digital, Yummy menghadirkan berbagai produk dan layanan seperti video resep, tips memasak, hingga program berbasis komunitas yang interaktif dan inspiratif. Yummy memainkan peran tersendiri sebagai *culinary media platform* yang tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga mendorong partisipasi aktif pengguna melalui komunitas dan kolaborasi dengan berbagai pihak di industri makanan dan minuman.

Hal ini ditegaskan dalam wawancara singkat penulis dengan Sarah Sihautta, selaku pembimbing lapangan penulis, yang menyampaikan “Yummy memang bagian dari IDN, tapi kami punya fokus dan pendekatan yang spesifik terhadap dunia kuliner. Lewat program komunitas seperti Yummy Course dan Yummy Gathering, kami ingin menjangkau lebih dalam ke orang-orang yang memang passionate di bidang makanan dan memasak.”. Dengan peran yang semakin strategis, Yummy tidak hanya menjadi kanal informasi kuliner, tetapi juga menjelma menjadi ruang digital dan fisik yang mendukung ekosistem komunitas pecinta kuliner di Indonesia. Pendekatan berbasis komunitas ini sekaligus memperkuat nilai yang dijalankan oleh IDN, yaitu *diversity*, *inclusion*, *empowerment*, dan *collaboration*, yang diterjemahkan ke dalam praktik nyata di masing-masing unit bisnisnya. Dengan demikian, meskipun berada di bawah naungan IDN, Yummy memiliki identitas, audiens, serta pendekatan tersendiri yang berfokus pada pengembangan konten kuliner serta interaksi komunitas yang aktif, kreatif, dan kolaboratif.

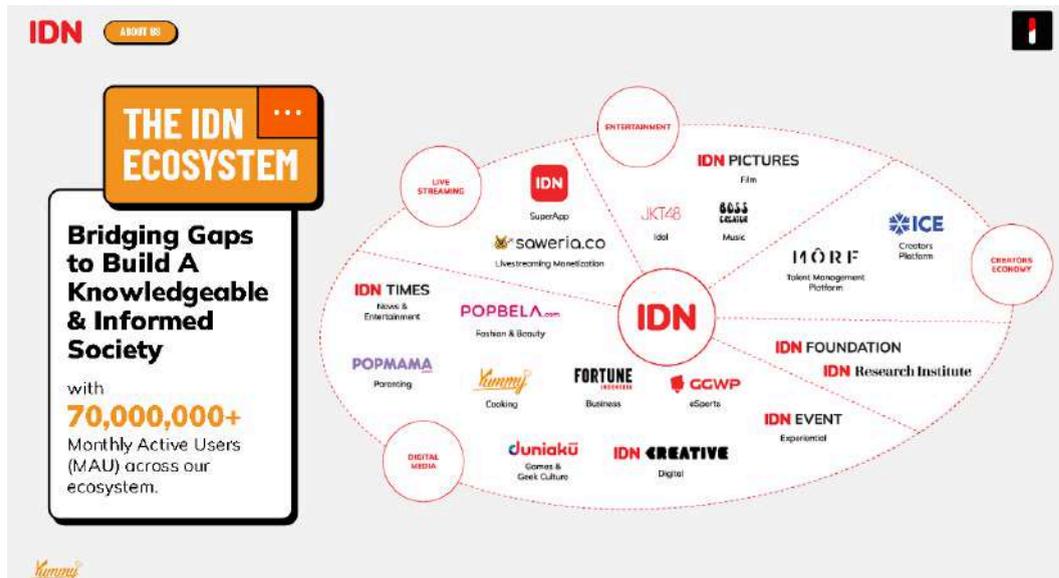
The image shows the logo for IDN (Indonesia Digital Network). The letters 'IDN' are prominently displayed in a large, bold, red, sans-serif font. Below them, the letters 'U', 'M', 'I', 'N' are visible in a light blue, semi-transparent font, which are part of the larger 'UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA' logo. The background is white.

Gambar 2.1 Logo IDN

Sebagai perusahaan media digital yang memiliki ekosistem luas dan terintegrasi dengan tujuan membangun masyarakat yang terinformasi dan berpengetahuan. Dengan lebih dari 70 juta pengguna aktif bulanan (*monthly active users*), IDN mengelola berbagai platform yang menasar berbagai segmen audiens, terutama generasi “milenial” dan Gen Z. Ekosistem ini terbagi ke dalam beberapa pilar utama, mencakup media digital, hiburan, ekonomi kreator, layanan kreatif, hingga aktivitas sosial. Sebagai perusahaan media digital berbasis teknologi, IDN memiliki ekosistem luas dan terintegrasi dengan visi untuk

membangun masyarakat yang terinformasi dan berpengetahuan. Perusahaan ini menargetkan generasi milenial dan Gen Z sebagai audiens utama, dan hingga tahun 2025 telah berhasil menjangkau lebih dari 70 juta pengguna aktif bulanan di seluruh Indonesia. Ekosistem IDN terbagi dalam empat pilar utama, yaitu digital media, live streaming, entertainment, dan creator economy. Pilar digital media mencakup pengelolaan berbagai kanal konten yang menyasar segmen audiens yang berbeda, seperti *IDN Times* (berita dan isu terkini), *Popbela.com* (fashion dan kecantikan), *Popmama.com* (parenting), *Yummy* (kuliner dan resep), *Fortune Indonesia* (bisnis dan ekonomi), *Duniaku* (geek culture), serta *GGWP.id* (e-Sports dan gaming). Seluruh kanal ini dikembangkan untuk menyampaikan informasi yang relevan, terkurasi, dan mudah diakses oleh pengguna digital Indonesia.

Sementara itu, pada pilar live streaming dan creator economy, IDN menghadirkan layanan seperti IDN Live dan Saweria.co, yang memungkinkan kreator berinteraksi langsung dengan audiens dan memperoleh dukungan finansial secara digital. Untuk memperkuat ekosistem kreator, IDN membentuk ICE (Indonesia Creators Economy) sebagai ruang kolaboratif dan pengembangan kreator digital, serta MORF sebagai agensi manajemen talenta kreator. Di sisi lain, pilar entertainment mencakup unit seperti IDN Pictures, yang fokus pada produksi film dan serial lokal, dan juga JKT48, grup idol populer yang kini berada dalam naungan ekosistem hiburan IDN. Untuk mengintegrasikan seluruh layanan tersebut, IDN menghadirkan IDN SuperApp, sebuah aplikasi terpadu yang memfasilitasi akses ke produk, layanan, dan komunitas digital dalam satu platform. Dengan sinergi antarpilar ini, IDN tidak hanya membangun sistem distribusi konten yang menyeluruh, tetapi juga menghadirkan ruang yang mendukung partisipasi aktif komunitas dan kreator dalam ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan.



Gambar 2.2 Ekosistem Perusahaan IDN

2.1.2 Yummy

Salah satu ekosistem digital yang berfokus pada bidang kuliner di Indonesia adalah Yummy, sebuah unit bisnis di bawah naungan IDN. Yummy merupakan platform media digital multi-platform yang secara khusus menghadirkan berbagai konten seputar dunia kuliner, seperti resep, tutorial memasak, serta eksplorasi makanan khas dari berbagai daerah. Didirikan pada tanggal 8 Juli 2016, Yummy hadir dengan tujuan untuk menjadi sumber inspirasi bagi masyarakat Indonesia agar kegiatan memasak menjadi lebih mudah, menyenangkan, dan dapat diakses oleh berbagai kalangan. Dengan mengusung tagline *#MasakItuGampang*, Yummy secara konsisten menyajikan konten resep yang praktis dan sederhana, biasanya dirancang hanya dalam lima langkah mudah. Pendekatan ini memungkinkan siapa pun, baik pemula maupun yang telah terbiasa memasak, untuk mencoba berbagai menu secara efisien dan menyenangkan.

Selain berperan sebagai penyedia konten kuliner, Yummy juga mengembangkan perannya sebagai fasilitator komunitas digital yang aktif dalam

bidang makanan dan minuman. Platform ini tidak hanya menjadi ruang untuk mencari inspirasi resep, tetapi juga mendorong interaksi antar pengguna yang memiliki ketertarikan serupa terhadap dunia memasak. Melalui grup komunitas, forum digital, dan kegiatan interaktif lainnya, Yummy membentuk ekosistem sosial yang mendukung pertukaran pengalaman dan pengetahuan antar anggota komunitasnya. Sebagai bagian dari strategi IDN, Yummy turut berkontribusi dalam pengembangan ekonomi kreatif di sektor kuliner digital, serta memperkuat hubungan antara brand dan audiens melalui pendekatan konten yang visual, informatif, dan berbasis komunitas.



Gambar 2.3 Logo Yummy

Dalam upayanya membangun koneksi dengan audiens dan memperluas jangkauan di ranah digital, Yummy memulai perjalanannya melalui pemanfaatan media sosial, seperti akun Facebook "Yummy Indonesia" dan Instagram dengan nama pengguna @yummy.idn. Melalui penyajian konten yang menarik, komunikatif, serta relevan dengan kebutuhan masyarakat urban yang gemar memasak, Yummy berhasil menarik perhatian jutaan pengguna yang memiliki ketertarikan terhadap dunia kuliner. Antusiasme yang tinggi dari para pengikutnya mendorong Yummy untuk menghadirkan inovasi lebih lanjut dalam bentuk aplikasi mobile. Pada tanggal 8 Juli 2019, Yummy resmi meluncurkan Yummy App, sebuah aplikasi berbasis digital yang dirancang untuk memberikan kemudahan dalam mengakses resep dan panduan memasak secara praktis.

Yummy App menawarkan berbagai fitur unggulan, seperti ribuan resep yang dapat diakses secara gratis, pencarian resep berdasarkan bahan yang tersedia di rumah, serta panduan memasak yang disusun dalam lima langkah sederhana. Dengan fitur-fitur tersebut, aplikasi ini tidak hanya memberikan kemudahan bagi pengguna, tetapi juga menghadirkan pengalaman memasak yang lebih menyenangkan dan efisien.

Salah satu keunggulan utama yang membedakan Yummy dari platform kuliner digital lainnya adalah penerapan sistem kurasi konten terhadap setiap resep yang dipublikasikan. Berbeda dengan beberapa platform serupa yang membolehkan pengguna mengunggah resep secara bebas tanpa proses verifikasi, Yummy menerapkan standar seleksi yang ketat. Setiap resep yang akan dipublikasikan terlebih dahulu melalui proses pengecekan yang komprehensif untuk memastikan kejelasan bahan, ketepatan takaran, serta keterpahaman langkah-langkah pembuatan. Proses ini bertujuan untuk menjamin bahwa seluruh resep yang tersedia telah teruji dan memiliki tingkat keberhasilan tinggi ketika diterapkan oleh pengguna.

Dengan adanya sistem kurasi tersebut, Yummy tidak hanya menjaga kualitas konten yang tersedia di platformnya, tetapi juga membangun kepercayaan pengguna terhadap resep yang disajikan. Hal ini menjadi nilai tambah yang signifikan dibandingkan dengan platform lain yang kerap kali menghadirkan resep yang belum teruji atau tidak akurat. Komitmen Yummy terhadap kualitas dan validitas konten menjadikannya sebagai salah satu platform kuliner digital yang kredibel dan bermanfaat bagi komunitas pecinta kuliner, khususnya mereka yang mencari referensi memasak yang andal dan mudah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

2.2 Visi Misi IDN

VISI

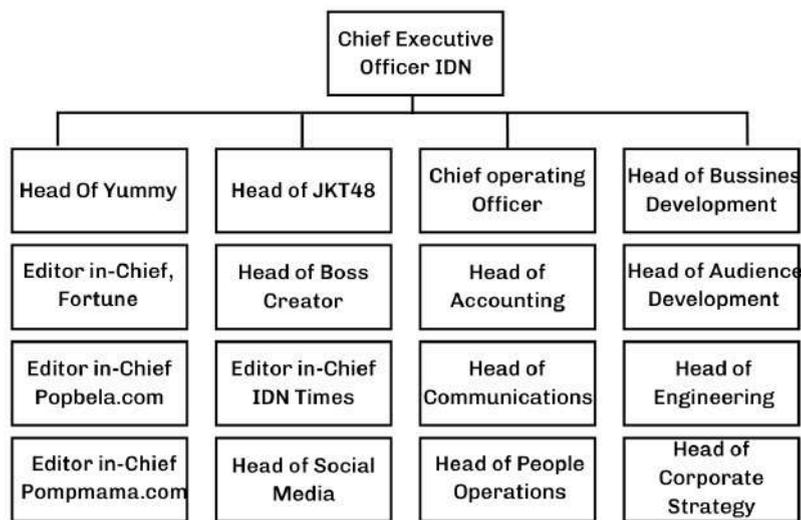
Menciptakan Indonesia yang lebih baik

MISI

Memberdayakan generasi muda sebagai pembawa perubahan untuk masa depan yang inklusif, sejahtera, dan harmonis

2.3 Struktur Perusahaan IDN

Struktur organisasi IDN disusun secara sistematis untuk mendukung efektivitas operasional dan pengambilan keputusan strategis. Pimpinan utama perusahaan berada pada posisi Chief Executive Officer (CEO) yang memegang tanggung jawab penuh dalam mengawasi seluruh aktivitas bisnis, konten media, serta arah pengembangan perusahaan secara keseluruhan. CEO berperan sebagai pengambil keputusan tertinggi yang memastikan bahwa seluruh divisi dapat bekerja secara selaras untuk mencapai visi dan misi perusahaan.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Yummy

Di bawah kepemimpinan CEO, terdapat sejumlah divisi yang terbagi berdasarkan fungsi kerja dan fokus media. Divisi media dan konten dikelola oleh para pemimpin unit seperti Head of Yummy, Editor-in-Chief IDN Times, Editor-in-Chief Popbela.com, Editor-in-Chief Pommama.com, dan Editor-in-Chief Fortune. Selain itu, terdapat unit lain seperti Head of Boss Creator dan Head of JKT48, yang menangani pengembangan kreator dan manajemen talenta. Setiap pemimpin di divisi ini bertanggung jawab atas pengelolaan konten, relevansi

editorial, serta keterlibatan audiens yang menjadi bagian penting dari strategi komunikasi perusahaan.

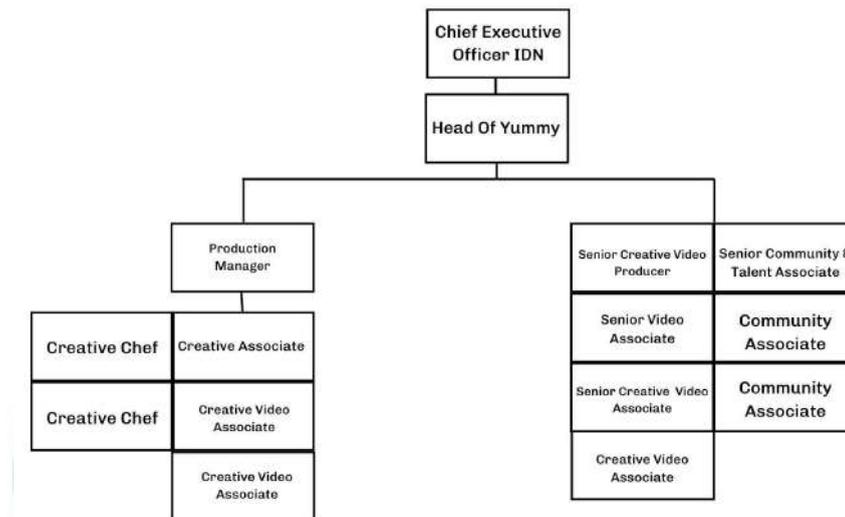
Struktur organisasi ini juga mencakup bidang operasional, dalam divisi operasional ini terdapat beberapa kepala bagian seperti Head of Accounting, Head of Communications, dan Head of People Operations yang bertugas menjalankan fungsi internal seperti keuangan, komunikasi korporat, dan pengelolaan sumber daya manusia. Divisi ini memastikan bahwa seluruh proses dan kebijakan perusahaan berjalan dengan baik dan efisien.

Selain itu, IDN memiliki unit yang berfokus pada pengembangan bisnis dan inovasi. Dipimpin oleh Head of Business Development, divisi ini terdiri atas beberapa posisi strategis seperti Head of Audience Development, Head of Engineering, dan Head of Corporate Strategy. Masing-masing memiliki peran dalam memperluas jangkauan audiens, mengembangkan sistem teknologi, serta menyusun strategi pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Dengan struktur organisasi yang jelas dan terbagi berdasarkan fungsi kerja, IDN mampu menjalankan perannya sebagai perusahaan media digital yang adaptif dan inovatif.

2.4 Struktur Perusahaan Yummy

Dalam menjalankan aktivitas konten produksi dan komunitas, Yummy memiliki pembagian tanggung jawab yang jelas sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih efisien dan terstruktur. Struktur Yummy dapat digambarkan melalui bagan dibawah ini.

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



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Yummy

Berdasarkan bagan struktur organisasi yang ditampilkan, dapat dipahami bahwa Yummy menjalankan operasional hariannya dengan sistem kerja yang terstruktur guna mendukung aktivitas produksi konten kuliner digital serta pengelolaan komunitas. Yummy merupakan bagian dari IDN, sebuah perusahaan teknologi dan media yang menasar segmen milenial dan Gen Z di Indonesia. Secara keseluruhan, IDN dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO) Winston P. Utomo, sedangkan pengelolaan Yummy berada di bawah tanggung jawab Head of Yummy Annisa Paramita, yang bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan strategis dan operasional di platform ini.

Di bawah kepemimpinan Head of Yummy, struktur organisasi terbagi menjadi dua divisi utama, yaitu divisi Produksi Konten dan divisi *Community & Talent*. Production Manager Yummy Angelia Mawar memimpin divisi produksi dan bertanggung jawab atas alur kerja pembuatan konten dari tahap perencanaan hingga penyelesaian akhir. Tim produksi ini terdiri atas beberapa posisi strategis, seperti Creative Chef Abya Khalida Witjaksono dan Creative Chef Mohammad Kindy Al Arqam, yang mengembangkan resep dan konsep konten kuliner. Dalam tim video, peran penting diisi oleh Senior Creative Video Producer Bellinna Puteri Alfine, dibantu oleh Senior Creative Video Associate Rehuel Willy Aditama dan

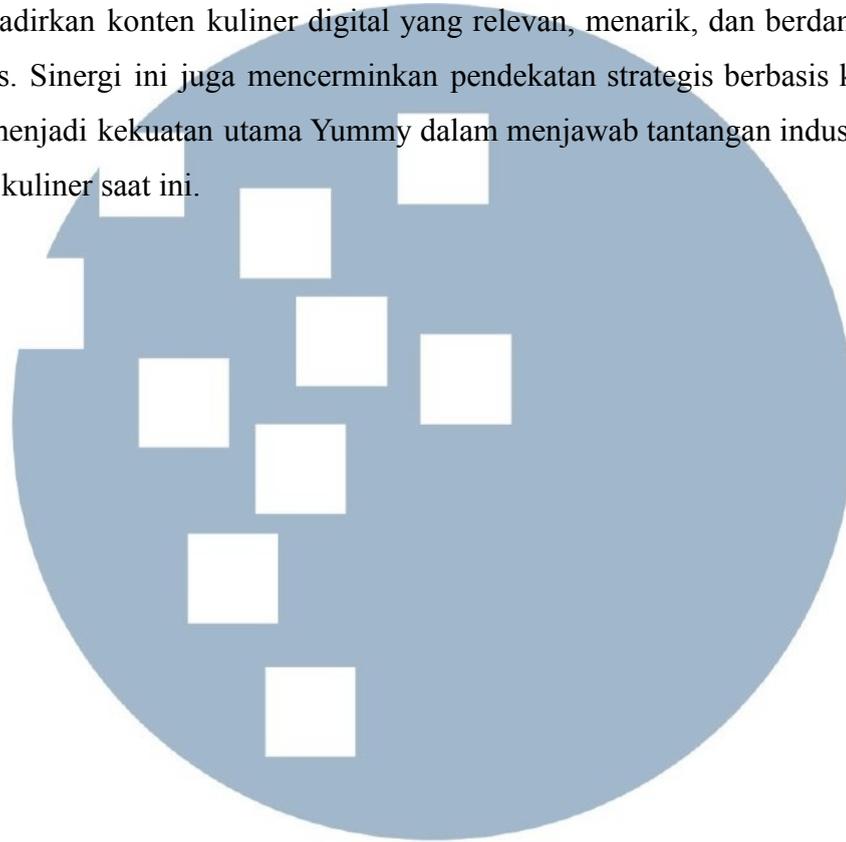
Senior Creative Video Associate David Andrew. Selain itu, terdapat pula Creative Video Associate Akiko Naufal Adnan, Galis Evans Christian, Geovani Josua Sundana, dan Stefani yang turut mendukung proses produksi visual.

Proses kerja divisi produksi mencakup tiga tahapan utama, yakni pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Alur produksi dimulai dari brief yang diterima oleh tim Business Development (BD) dari pihak brand. Brief tersebut kemudian dikaji oleh Production Manager untuk menyesuaikan dengan strategi konten dan kapasitas tim kreatif. Setelah disetujui, disusunlah timeline produksi yang melibatkan pembuatan moodboard oleh tim videografer dan art director, untuk kemudian dipresentasikan dalam sesi Pre-Production Meeting (PPM) bersama brand. Setelah konsep disepakati, tahap produksi dilakukan sesuai dengan jadwal, dan diakhiri dengan proses pasca-produksi yang mencakup editing serta revisi hingga konten dinyatakan final oleh brand terkait.

Di sisi lain, divisi *Community & KOL* berperan penting dalam menjaga relasi antara platform dan komunitas pengguna, terutama para pecinta kuliner dan kreator konten masak. Beberapa anggota dalam divisi ini antara lain adalah *Community & Talent Associate* Bernardus Ronaldo, *Community & Talent Associate* Grace Berseyba Martina Haba, dan *Community & Talent Associate* Sarah Yoshina Siautta. Mereka bertugas membangun, mengelola, dan menjaga keterlibatan komunitas Yummy melalui berbagai program daring maupun luring, termasuk pengelolaan grup WhatsApp tematik berdasarkan minat kuliner seperti healthy food, baking, dan food creator. Sebagai bagian dari strategi tim, divisi ini memiliki target kinerja melalui sistem Objective and Key Results (OKR), salah satunya adalah penyelenggaraan kegiatan komunitas minimal satu kali setiap bulan. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan menjaga komunikasi dengan komunitas, tetapi juga menjadi sarana kolaborasi dengan brand tamu atau narasumber untuk mengisi acara komunitas secara tematik dan edukatif.

Struktur organisasi Yummy secara keseluruhan menunjukkan sistem kerja yang sistematis dengan pembagian peran yang jelas. Kolaborasi antardivisi,

terutama antara tim kreatif, produksi, dan komunitas, memungkinkan Yummy menghadirkan konten kuliner digital yang relevan, menarik, dan berdampak bagi audiens. Sinergi ini juga mencerminkan pendekatan strategis berbasis komunitas yang menjadi kekuatan utama Yummy dalam menjawab tantangan industri konten digital kuliner saat ini.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA