

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil detikCom

Berdasarkan profil perusahaan detikCom pada tahun 2021. detikCom menggambarkan dirinya sebagai media digital terbesar di Indonesia. Media ini mengusung konsep breaking news untuk menyajikan peristiwa terkini dan konten gaya hidup. Kini detikCom telah bertransformasi menjadi gerbang utama layanan pemberitaan dalam ekosistem CT Corp. Mengusung konsep breaking news dalam penyajian informasinya (Detiknetwork, 2021, p. 2).

detikCom didirikan oleh tiga orang utama, yaitu Budiono Darsono (mantan wartawan Tempo dan Tabloid Detik), Abdul Rahman (mantan wartawan SWA), dan Didi Nugrahadi. detikCom mulai aktif beroperasi sebagai portal berita digital sejak 29 Mei 1998 dengan domain “detik.com”. Namun, detikCom mulai memproduksi konten beritanya pada 9 Juli 1998. (Detiknetwork, 2021).

detikCom dibangun atas ide penyajian berita terkini yang berkesinambungan dan dapat diakses kapan saja, agar informasi dapat diakses kapan pun oleh publik. Produksi berita tidak lagi mengikuti karakteristik media cetak seperti harian atau mingguan, tetapi detikCom menggunakan konsep breaking news untuk menyampaikan informasi secepat mungkin. Kantor redaksi detikCom awalnya berada di sebuah ruangan kecil di bawah balkon Stadion Lebak Bulus (Detiknetwork, 2021).

Pada 3 Agustus 2011, terjadi pengambilalihan terhadap detikCom oleh CT Corp, perusahaan yang dimiliki oleh Chairul Tanjung. Perkembangan selanjutnya, detikCom efektif menjadi bagian dari Transmedia. Walaupun telah diakuisisi oleh pemilik baru, nilai independensi, netralitas, dan kecepatan terus dipegang dalam menyampaikan berita. Nilai-nilai tersebut antara lain: sebagai media independen dan netral, semangat inovasi, serta kreativitas dan entrepreneurship. Tujuan

mempertahankan nilai-nilai tersebut adalah karena keinginan CT Corp untuk menjadikannya sebagai roda pedoman bisnis detikCom (Detiknetwork, 2021, p. 4).

Sebelum tahun 2019, detikCom masih berada dalam PT Agronet Multicitra Siberkom (Agrakom). Namun, pada tahun 2019 detikCom dipindahkan ke dalam PT Trans Digital Media. Hal tersebut menandakan bahwa detikCom resmi bergabung dengan Detik Network yang di dalamnya terdapat beberapa media di bawah naungan CT Corp seperti: CNN Indonesia, CNBC Indonesia, HaiBunda, Insert Live, Female Daily, Beautynesia, dan CXO Media. Oleh karena itu, detikCom bertransformasi menjadi “beyond media” (Detiknetwork, 2021).



Gambar 2.1 Kumpulan Akses Cepat detikNetwork  
Sumber: Laman detikCom

Sebagai media digital online, detikCom harus bisa diakses oleh berbagai jenis perangkat. Utamanya detikCom diakses oleh umum lewat laman daring mereka. Dengan itu, detikCom mempersiapkan tampilan yang berbeda pada setiap perangkat yang mampu mengaksesnya. Merujuk pada profil perusahaan detikCom, berdasarkan data akhir tahun 2020, detikCom menerima 17 miliar pengunjung selama tahun 2020. Selain itu, detikCom mampu menghadirkan sebesar 462 juta pengunjung baru, serta 162 juta pengguna yang menggunakan fitur video 20Detik, detikCom. Data-data tersebut diolah berdasarkan tiga platform yang digunakan oleh detikCom, yaitu *desktop*, *apps*, dan *mobile* (Detiknetwork, 2021).

Kehadiran media sosial membuat kehadiran media menjadi semakin mudah untuk ditemui. Dengan itu, selain memiliki lamannya sendiri, detikCom juga menggunakan berbagai platform media sosial untuk memperluas jangkauan medianya. Berdasarkan data jumlah pengikut media sosial detikCom, sejak tanggal 29 Maret 2025, detikCom memiliki media sosial seperti: *Instagram* dengan 4,8 juta pengikut, *Facebook* dengan 5,3 juta pengikut, *Twitter* dengan 24,3 juta pengikut, *TikTok* dengan 2,7 juta pengikut, dan *YouTube* dengan 2,25 juta pengikut. Hal tersebut menampilkan bahwa kehadiran detikCom tidak hanya relevan lewat mesin pencarian daring, tetapi juga lewat media sosial.

detikCom memiliki tiga penggolongan target pasar, berikut penggolongan berdasarkan penilaian detikCom: Kelompok Gen Z (18 – 24 tahun), Kelompok Milenial (25 – 40 tahun), dan Kelompok Elite (41 tahun ke atas). Target pasar yang luas ini menghasilkan detikCom yang fokus kepada kelompok umum masif dengan keinginan pemberitaan yang cepat, terpercaya, dan independen. Hasilnya, detikCom telah menjadi suatu media online dan pengiklan terbesar (Detiknetwork, 2021).



Gambar 2.2 Target Pasar detikCom

Sumber: *Company Profile* detikCom 2021

## 2.2 Visi Misi

Profil Perusahaan detikCom menyatakan bahwa visi detikCom adalah untuk menjadi media “DIGITAL LIFE GATEWAY”. Visi ini diartikan sebagai, media massa yang memberitakan informasi dengan cepat dan terpercaya, juga mampu memberikan layanan yang terintegrasi.

Selain itu, detikCom juga menampilkan dua misinya dalam menjalani tugas media, sebagai berikut:

### A. *Fastest, Trusted & Independent*

detikCom sebagai media digital online menugaskan dirinya untuk memberitakan informasi terpercaya dengan cepat dan akurat. Berdirinya detikCom selalu berpijak pada independensi dan keberimbangan, tidak mendulang kepentingan eksternal yang mampu mengubah operasional pemberitaan. Cara penyampaian mereka juga dibentuk agar memikat, lugas, dan informatif dengan varian konten yang lengkap.

### B. *Leading Technology*

detikCom sebagai media digital bermula dengan menggunakan medium teknologi terbaru. Hingga kini, detikCom akan selalu berinovasi dan membangun produk dengan teknologi terdepan yang terukur.

## 2.3 Profil 20Detik

detikCom memiliki berbagai kanal yang disesuaikan dengan kategori berita masing-masing. Dalam domain “detik.com” terdapat 18 kanal kategori yang fungsinya menyajikan berita dengan isu yang telah dikelompokkan yang sudah dikelompokkan dan sembilan kanal daerah. Kanal-kanal tersebut akan membawa berita-berita yang khusus dengan kategori mereka masing-masing, sehingga kecil kemungkinan akan ada bentuk tumpang-tindih berita. Salah satu kanal berita video yang menonjol dalam jaringan detikCom adalah 20Detik.



Gambar 2.3 Logo 20Detik  
Sumber: Laman 20Detik

20Detik merupakan kanal yang menyuguhkan video berita mengenai peristiwa terkini di Indonesia, teknologi, otomotif, olahraga, musik, entertainment hingga lifestyle. Selain itu, 20Detik juga menyediakan beragam program reguler seperti: detikPagi, detikSore, Blak-Blakan, Main Stage, dan lainnya.

### **2.3.1 Program detikSore**

detikCom sebagai media digital online, tidak hanya menyuguhkan berita-berita terkait isu sosial, politik, dan kemasyarakatan dalam bentuk teks. detikCom memiliki kanal-kanal yang dikategorikan berdasarkan tema berita dan medium, memberikan publik akses dalam cara mereka dapat memilih format konsumsi berita. Salah satu kanal yang mengunggah berita dalam format berbeda dalam detikCom adalah 20Detik.

20Detik adalah kanal bagian dari detikCom yang mengunggah berita mereka dalam format audio-visual. detikCom merupakan perusahaan media yang terdaftar di Dewan Pers memiliki kantor yang beralamatkan di Gedung Trans TV Jl. Kapten P. Tendean Kav 12-14A Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Penulis sebagai pemegang di 20Detik memiliki tempat kerja yang mengharuskan pemegang dan pekerja tetap untuk hadir ke kantor. Penyelenggara magang dalam hal ini detikCom menerapkan pola kerja datang ke kantor (WFO), baik untuk pemegang maupun pekerja tetap.

Secara lebih fokus, penulis melakukan kerja magang di detikCom di kanal 20Detik dalam program detikSore. detikSore merupakan salah satu program reguler 20Detik yang pertama kali diluncurkan pada tanggal 13 Mei 2024 di laman 20Detik. detikSore dibuat untuk menghadirkan konten berita bulletin dalam format video-podcast di berbagai media sosial, yaitu *Website* 20Detik, *YouTube*, dan *Facebook*. Redaktur Pelaksana 20Detik, Idham A. Sammana, mengatakan,

“tujuan utama dari membuat program ‘detikPagi’ dan ‘detikSore’ itu agar bisa menarik perhatian konsumen berita yang berumur 24 tahun kebawah, dimana perilaku konsumsi berita mereka lebih informal”. detikSore, dibintangi oleh dua host reguler, Edo Simorangkir dan Eiza Maghfira. Program ini menggunakan style podcast informal yang mengutamakan kelebihan dari kepribadian para host untuk mengangkat berita-berita harian.



Gambar 2.4 Tampilan Kedua host detikSore  
Sumber: *Archive Live Stream* YouTube detikCom

Program detikSore awalnya tayang pada pukul 15.30 WIB hingga 18.00 WIB, tetapi karena perubahan studio membuat detikSore maju setengah jam. Kini Program detikSore tayang pukul 15.00 WIB hingga 17.30 WIB. detikSore memiliki lima segmen utama, segmen tersebut berdasarkan urutan: *Trending Today*, *Indonesia Detik Ini (Indi)/D’Hattrick*, *Market Review*, *Editorial Review*, dan *Sunsetalk*. *Trending Today* merupakan segmen *buletin* yang membahas berita-berita top 10 harian berdasarkan laman detikCom. *Indonesia Detik Ini (Indi)* mengangkat berita-berita pilihan dari daerah cakupan peliputan detikCom. *D’Hattrick* mengisi posisi segmen *Indi* setiap hari jumat, segmen ini membahas seputar sepakbola terkini. *Market Review* bekerja sama dengan perusahaan yang menawarkan jasa bimbingan saham dan diisi dengan pembahasan posisi IHSG hari itu. *Editorial Review* menjadi segmen *headliner* detikSore, topik

pembawaannya akan dipilih oleh produser program detikSore mengikuti proses pertimbangan antara kepentingan media dengan kepentingan publik. Terakhir, *Sunsetalk* sebelumnya berlatar belakang matahari yang terbenam secara langsung, didampingi perbincangan dengan narasumber inspiratif atau menarik. Namun, sejak 17 Februari 2025, latar belakang *Sunsetalk* berubah menjadi video matahari terbenam setelah terjadi perpindahan studio, tetapi isi *Sunsetalk* tetap sama.

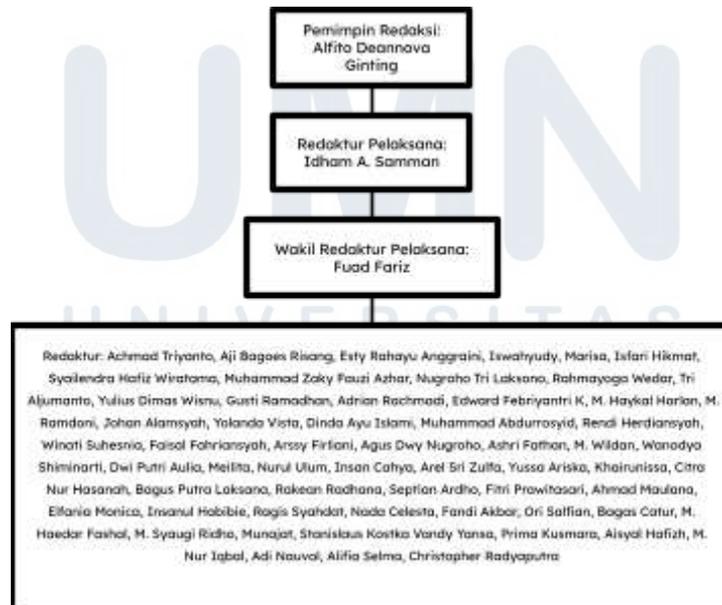


Gambar 2.5 Daftar Segmen detikSore Mulai Dari Kanan Menuju Kiri.  
Sumber: Laman 20Detik, Program detikSore Visi dan Misi

## 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan daftar nama pada laman detikCom mengenai struktur redaksi 20Detik, berikut susunan seluruh redaksi dari kanal 20Detik:

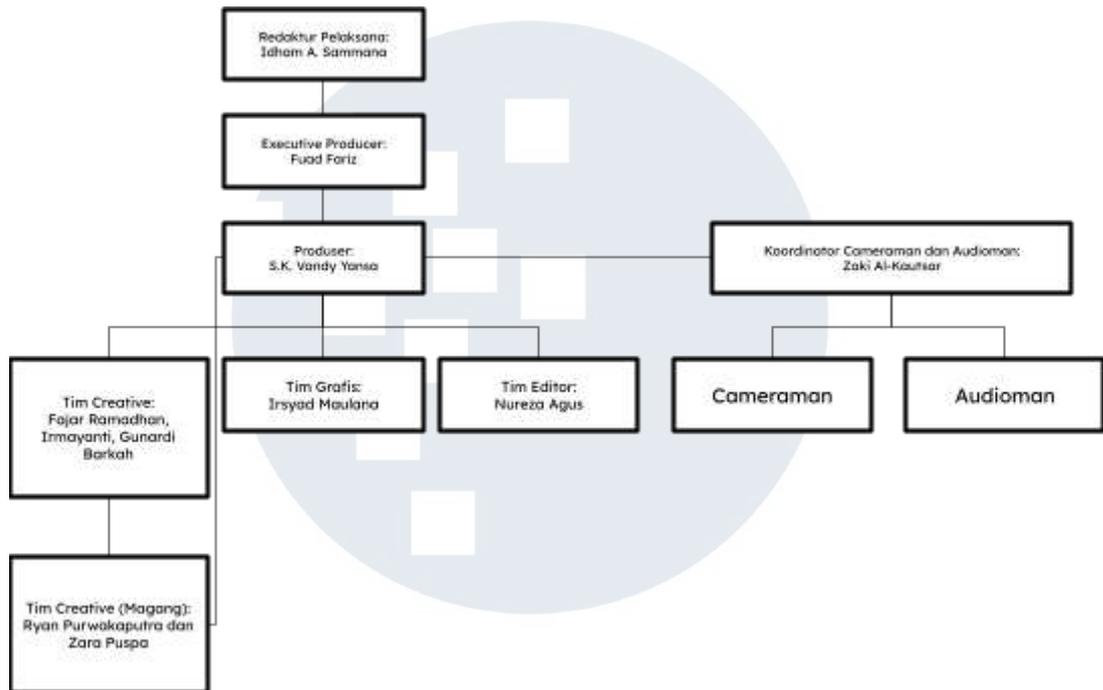
### 2.4.1 Struktur Organisasi 20Detik:



Gambar 2.6 Struktur Redaksional 20Detik  
Sumber: Laman detikCom (2025)

Dalam 20Detik, program reguler detikSore memiliki jaringan struktur organisasi tersendiri dengan bantuan dari koordinator camera dan audio person. Struktur organisasi berikut ini menunjukkan jaringan struktur organisasi detikSore:

#### 2.4.2 Struktur Organisasi Program detikSore:



Gambar 2.7 Struktur Organisasi Program detikSore  
Sumber: Atthailah, R. (2025)