

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/ORGANISASI**

#### **2.1 Tentang Media Indonesia**

Media Indonesia merupakan salah satu perusahaan media massa nasional yang berada di bawah naungan Media Group Network (MGN). Sebagai bagian dari kelompok media terintegrasi yang juga membawahi Metro TV dan Medcom.id, Media Indonesia berperan sebagai surat kabar harian yang berkomitmen menyajikan informasi akurat, terpercaya, dan berimbang untuk masyarakat Indonesia. Sejak pertama kali terbit pada 19 Januari 1970, Media Indonesia telah berkembang menjadi media cetak dan digital yang mampu beradaptasi dengan dinamika industri komunikasi modern.



Gambar 2. 1 Logo Media Indonesia

Sebagai media yang berfokus pada jurnalisme berkualitas, Media Indonesia dikenal dengan slogannya “Jujur Bersuara”, yang merepresentasikan komitmen perusahaan dalam menyuarakan kebenaran dan menjaga integritas informasi di tengah arus informasi yang semakin cepat dan luas. Dengan mengedepankan prinsip jurnalisme konstruktif, Media Indonesia tak hanya menyajikan berita, tetapi juga mendukung edukasi publik dan pembangunan demokrasi.

Transformasi digital yang dijalankan oleh Media Indonesia dilakukan melalui berbagai platform media sosial dan portal berita online seperti mediaindonesia.com. Melalui kanal digital ini, Media Indonesia memperluas jangkauan informasi ke segmen audiens yang lebih muda dan lebih aktif secara digital. Platform Instagram, TikTok, YouTube, dan X (Twitter) menjadi media utama untuk menyampaikan berita, mengedukasi, serta berinteraksi langsung dengan publik melalui konten visual dan video singkat.

Selain itu, Media Indonesia juga menyediakan layanan komunikasi digital untuk kepentingan promosi, publikasi, dan kerja sama *brand* melalui unit digital kreatif. Perusahaan terus berinovasi dalam memproduksi konten yang relevan dengan tren, menggabungkan pendekatan data, *storytelling*, dan desain visual. Hal ini mencerminkan peran Media Indonesia tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penyedia solusi media digital bagi audiens dan mitra kerja.

Sebagai institusi media yang telah berdiri lebih dari lima dekade, Media Indonesia tetap mempertahankan posisinya sebagai media yang kredibel dan adaptif dalam menjawab tantangan era digital. Kombinasi antara jurnalisme berkualitas, inovasi konten, serta pendekatan strategis terhadap media sosial menjadikan Media Indonesia sebagai salah satu entitas media nasional yang berpengaruh dan relevan hingga saat ini.

## **2.2 Visi Misi Media Indonesia**

Setiap organisasi membutuhkan arah dan panduan yang jelas dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Hal ini tercermin melalui visi dan misi yang berfungsi sebagai fondasi strategis dalam mengembangkan nilai, budaya kerja, dan tujuan jangka panjang. Media Indonesia, sebagai salah satu perusahaan media nasional terkemuka, memiliki visi dan misi yang menekankan pada integritas jurnalistik, pelayanan informasi publik, serta kontribusi terhadap pembangunan bangsa melalui media yang independen dan edukatif.

### **VISI**

Menjadi media terpercaya dan independen yang mencerdaskan kehidupan bangsa melalui penyampaian informasi yang aktual, objektif, dan mendalam

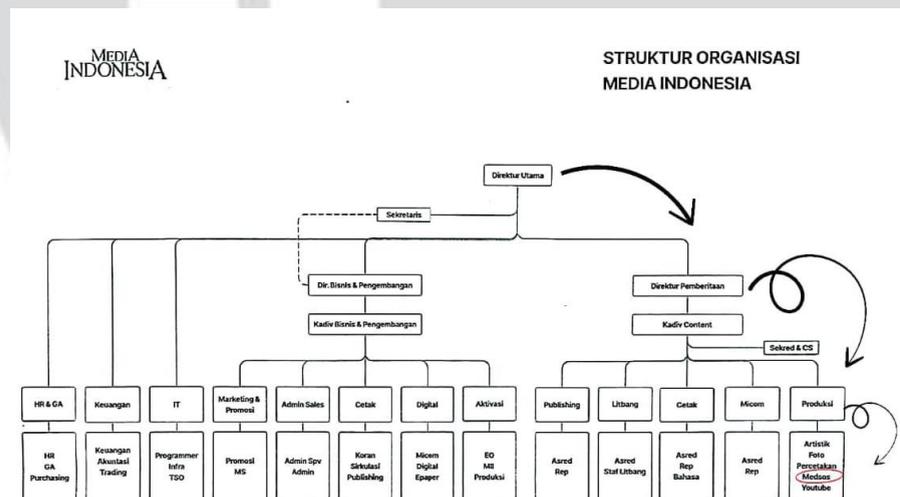
### **MISI**

- Menyajikan berita secara cepat, akurat dan berimbang dengan menjunjung tinggi etika jurnalistik.
- Mendorong terbentuknya masyarakat yang kritis dan berwawasan melalui pemberitaan yang informatif dan edukatif.

- Beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan efektivitas komunikasi kepada publik.
- Menjadi media yang relevan di era digital dengan mengedepankan inovasi dalam penyampaian konten di berbagai platform digital.

### 2.3 Struktur Organisasi Media Indonesia

Media Indonesia merupakan salah satu perusahaan media terkemuka di Indonesia yang memiliki struktur organisasi yang tertata secara profesional guna mendukung operasional yang efektif dan efisien. Berikut struktur organisasi Media Indonesia dan arahan posisi penulis sebagai pekerja magang.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Media Indonesia

Media Indonesia merupakan salah satu perusahaan media terkemuka di Indonesia yang memiliki struktur organisasi yang tertata secara profesional guna mendukung operasional yang efektif dan efisien. Berikut struktur organisasi Media Indonesia dan arahan posisi penulis sebagai pekerja magang:

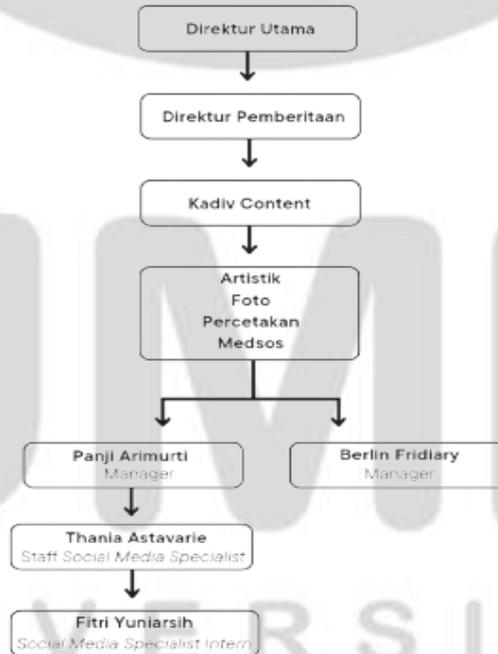
Pada unit pemberitaan, Direktur Pemberitaan dibantu oleh Kepala Divisi *Kadiv Content*, yang mengatur alur kerja redaksional serta mengoordinasikan berbagai unit produksi konten. *Kadiv Content* memimpin langsung beberapa divisi, termasuk Sekred dan CS, Produksi, Micom, Cetak, Publishing hingga Litbang.

Divisi Produksi, sebagai salah satu unit utama dalam struktur pemberitaan, menaungi beberapa sub-unit seperti Artistik, Foto, Percetakan, YouTube, dan Media Sosial (Medsos). Unit inilah yang secara khusus bertanggung jawab terhadap produksi dan distribusi konten di berbagai platform digital milik Media Indonesia.

Divisi media sosial, tempat penulis menjalani praktik kerja lapangan, berada di bawah koordinasi unit Produksi. Divisi ini berfokus pada pengelolaan dan penyebaran konten digital di berbagai kanal daring seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Struktur internal divisi ini memungkinkan kerja lintas tim, mulai dari perencanaan konten, penulisan naskah, produksi visual, hingga analisis performa media sosial.

Berikut adalah struktur organisasi internal divisi *Social Media* Media Indonesia:

### Struktur Alur Organisasi Social Media



Gambar 2. 3 Struktur Divisi *Social Media* Data Olahan Penulis (2025)

Sebagai salah satu unit strategis di bawah Divisi Pemberitaan, unit *Social Media* Media Indonesia memiliki struktur organisasi yang mendukung kelancaran operasional produksi dan distribusi konten digital di berbagai platform. Struktur ini mencerminkan pembagian tanggung jawab yang jelas antara jajaran manajerial, pelaksana produksi, hingga peran pemegang.

Struktur organisasi unit ini dipimpin dan dikoordinasikan oleh beberapa posisi, sebagai berikut:

1. *Direktur Pemberitaan*

Bertanggung jawab atas seluruh aktivitas editorial, termasuk pengawasan terhadap unit media sosial. Posisi ini memegang kontrol strategis terhadap konten yang diproduksi dan disebarluaskan oleh Media Indonesia.

2. *Kadiv Content*

*Kadiv Content* bertanggung jawab koordinasi, mengarahkan, dan mengawasi produksi konten di Media Indonesia. Ia memastikan seluruh konten dari berbagai divisi, termasuk media sosial, berjalan sesuai standar editorial dan strategi perusahaan, serta menyesuaikannya dengan tren media digital.

3. *Social Media Manager*

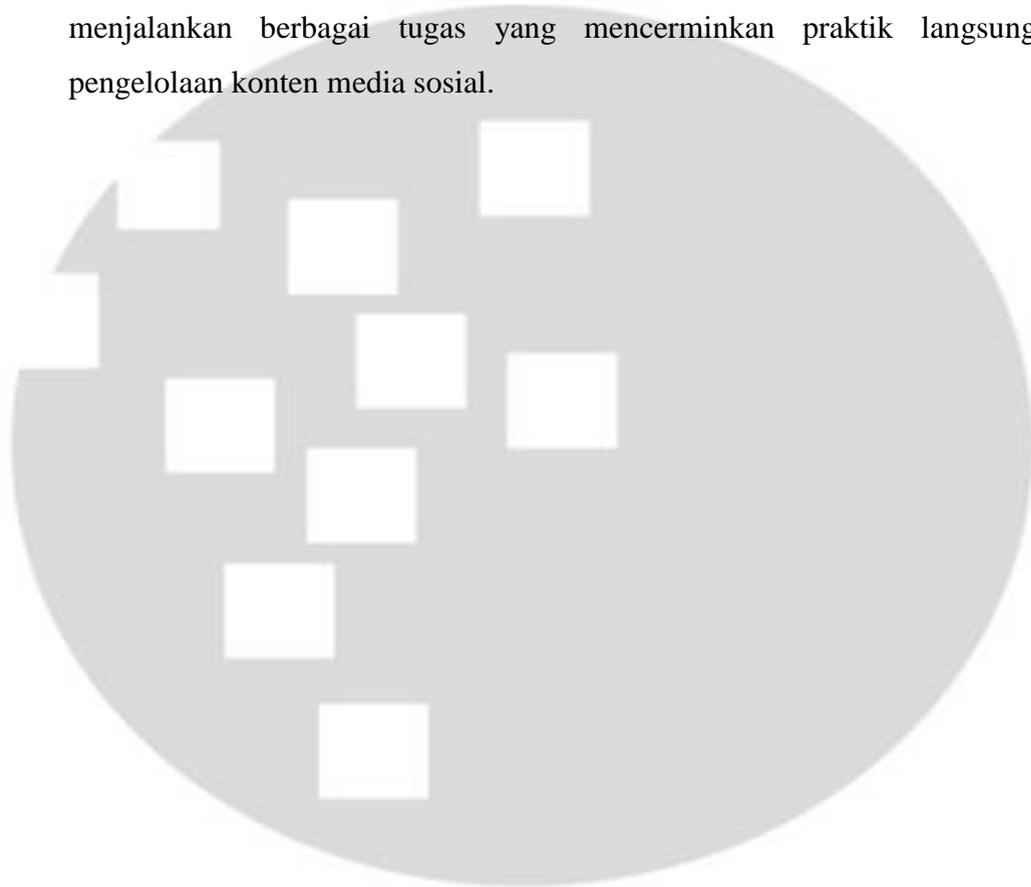
Membawahi langsung seluruh aktivitas di unit media sosial. Bertugas menyusun arah strategis, memastikan konsistensi brand di platform digital, serta mengatur perencanaan jangka panjang dalam pengembangan konten media sosial.

4. *Social Media Specialist*

Menjadi penanggung jawab langsung terhadap produksi konten harian. Berperan dalam merancang ide konten, menyusun *brief*, melakukan *review* hasil *editing*, serta menjadi pembimbing teknis utama bagi pemegang. Ia memastikan konten yang dipublikasikan relevan dengan isu terkini dan sesuai dengan identitas Media Indonesia.

5. *Social Media Specialist Intern*

Sebagai *Social Media Specialist Intern* di Media Indonesia, penulis menjalankan berbagai tugas yang mencerminkan praktik langsung pengelolaan konten media sosial.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA