

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang KapanLagi Youniverse (KLY)

KapanLagi Youniverse (KLY) merupakan perusahaan media digital yang beroperasi di bawah naungan EMTEK Group (Elang Mahkota Teknologi). KLY hadir sebagai hasil integrasi dari beberapa portal media daring terkemuka di Indonesia, dengan tujuan membangun ekosistem media digital yang menyajikan konten informatif dan relevan untuk berbagai lapisan masyarakat. Sejak awal berdiri, KLY berkomitmen untuk mengembangkan layanan media berbasis teknologi dan data yang mampu mengikuti perkembangan perilaku konsumsi informasi masyarakat (KapanLagi Youniverse, 2025).



Gambar 2. 1 Logo KapanLagi Youniverse

Sumber: KapanLagi Youniverse

KapanLagi Youniverse didirikan pada 28 Februari 2003 dengan tiga kali pergantian nama, pada Januari 2003 untuk pertama kali bernama PT KapanLagi Group, kemudian diubah pada Maret 2010 menjadi PT Fimela Network dan pada Desember 2014 menjadi PT KapanLagi Network. KLY awalnya berdiri sebagai terbitan berita dan terdiri dari tiga unit pokok, yaitu Berita, Hiburan, Gaya Hidup dan Olahraga (KapanLagi Youniverse, 2025).

KLY mengelola sejumlah portal yang memiliki identitas dan segmentasi audiens masing-masing, yaitu:

- a. Liputan6.com: Menyajikan berita nasional dan kejadian terkini, seperti politik, ekonomi, dan peristiwa penting di Indonesia.



LIPUTAN 6

Gambar 2. 2 Logo Liputan 6

Sumber: Liputan6.com

- b. Merdeka.com: Mengangkat isu-isu sosial, politik, dan sering membahas persoalan masyarakat.



merdeka.com

Gambar 2. 3 Logo Merdeka.com

Sumber: merdeka.com

- c. KapanLagi.com: Fokus pada dunia selebriti, musik, film, dan gosip hiburan.



KapanLagi.com

Gambar 2. 4 Logo KapanLagi.com

Sumber: KapanLagi.com

- d. Fimela.com: Menyediakan konten khusus untuk perempuan urban, seperti *fashion, relationship*, dan karier.

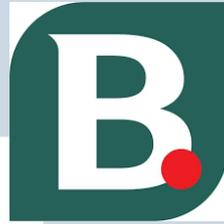


FIMELA

Gambar 2. 5 Logo Fimela

Sumber: Fimela

- e. Bola.com: Menyajikan berita seputar olahraga, dari sepak bola hingga olahraga lainnya.



Gambar 2. 6 Logo Bola.com

Sumber: Bola.com

- f. Brilio.net: Menyajikan konten ringan seperti hiburan, gaya hidup, tren viral, dan budaya populer.



Gambar 2. 7 Logo Brilio.net

Sumber: Brilio.net

- g. Dream.co.id: Menyasar anak muda dan pembaca muslim dengan konten inspiratif, religi, dan gaya hidup Islami.



Gambar 2. 8 Logo Dream.co.id

Sumber: Dream.co.id

Selain menyajikan konten editorial, KLY juga menyediakan berbagai layanan digital untuk kebutuhan *brand* dan pengiklan, mulai dari *branded content*,

media placement, hingga kampanye digital yang dikembangkan secara kolaboratif. Salah satu keunggulan utama KLY adalah pendekatan berbasis data, di mana setiap strategi komunikasi dan distribusi konten dikembangkan dengan mempertimbangkan data *real-time* mengenai perilaku dan preferensi audiens. Dengan memanfaatkan dasbor analitik internal, KLY dapat memberikan *insight* yang membantu klien dalam merancang kampanye yang lebih tepat sasaran dan berdampak (KapanLagi Youniverse, 2025).

2.2 Visi Misi KapanLagi Youniverse

Setiap perusahaan memiliki arah dan landasan utama dalam menjalankan operasionalnya. Hal ini tercermin dalam visi dan misi yang menjadi pedoman strategis dalam mengembangkan organisasi. KapanLagi Youniverse (KLY) sebagai perusahaan media digital terdepan di Indonesia, memiliki visi dan misi yang berfokus pada inovasi, teknologi, dan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui layanan digital yang terintegrasi.

VISI:

Menjadi perusahaan media online nomor satu di Indonesia yang menawarkan solusi 360° melalui konsep digital dengan pendekatan yang terintegrasi dan menyeluruh.

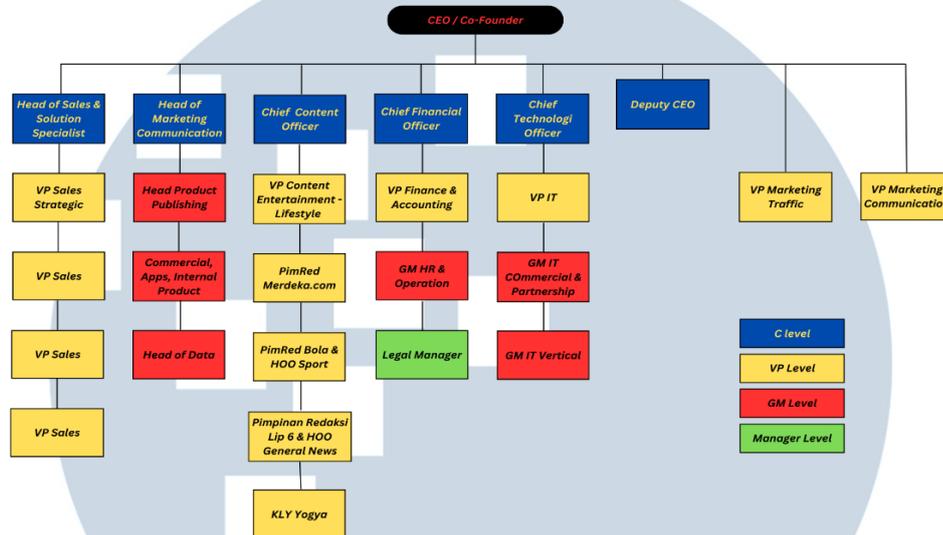
MISI:

Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pemanfaatan teknologi, inovasi, dan layanan daring di era digital, dengan tujuan untuk menciptakan masyarakat yang lebih cerdas dan berwawasan luas.

2.3 Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse

Sebagai perusahaan media digital dengan cakupan nasional dan berbagai unit media di bawah naungannya, KapanLagi Youniverse (KLY) memiliki struktur organisasi utama yang mendukung kelancaran operasional di berbagai bidang. Struktur ini mencakup posisi-posisi strategis mulai dari level manajerial hingga eksekutif, yang bertanggung jawab atas pengembangan konten, teknologi, bisnis, serta komunikasi korporat. Kejelasan alur koordinasi dalam struktur organisasi KLY memungkinkan tiap divisi menjalankan tugas dan fungsinya secara kolaboratif dan efisien.

Berikut merupakan struktur organisasi KapanLagi Youniverse (KLY) secara keseluruhan:



Gambar 2. 9 Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse

Sumber: (Data olahan pekerja magang, 2025)

Struktur organisasi KapanLagi Youniverse mencerminkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang terorganisir dengan baik dalam perusahaan. Kepemimpinan perusahaan berada di tangan *Chief Executive Officer* sekaligus salah satu pendiri, Steve Christian, yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan arah strategis perusahaan. Dalam menjalankan perannya, *CEO* didampingi oleh *Deputy CEO* yang turut berperan dalam proses pengambilan keputusan serta pengawasan aktivitas perusahaan secara menyeluruh. Di bawah *CEO*, terdapat sejumlah posisi tingkat C (*C-level positions*) yang masing-masing memegang tanggung jawab terhadap aspek-aspek tertentu dalam operasional perusahaan.

1. *Chief Product Officer* bertanggung jawab atas pengembangan produk, pengelolaan aplikasi internal, serta pengumpulan data yang mendukung produk-produk KLY.
2. *Chief Content Officer* mengepalari tim yang mengelola dan memproduksi konten untuk berbagai platform milik KLY, termasuk KapanLagi.com, Fimela, dan Dream.

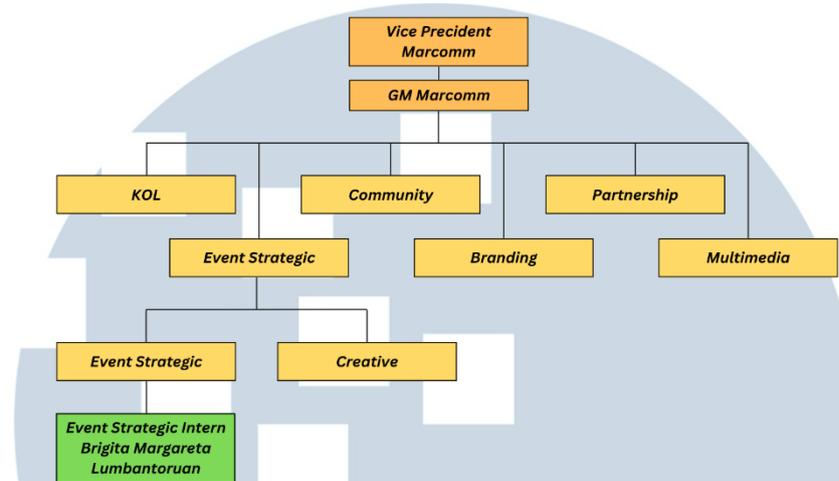
3. *Chief Financial Officer* mengatur aspek finansial perusahaan, mencakup pengelolaan akuntansi serta operasional sumber daya manusia.
4. *Chief Technology Officer* berperan dalam memastikan operasional sistem IT perusahaan berjalan lancar sekaligus mendukung inovasi dan pengembangan teknologi KLY.

Tanggung jawab seorang *Vice President (VP)* dan *General Manager (GM)* bersifat lebih terfokus dan spesifik. Sebagai contoh, *VP IT* yang berada di bawah koordinasi *Chief Technology Officer (CTO)*, bertugas mengawasi divisi terkait dan bertanggung jawab atas infrastruktur teknologi informasi perusahaan. Sementara itu, *General Manager* seperti *GM HR & Operations* berperan dalam menangani operasional harian dari divisi yang berada dalam lingkungannya. Kedua posisi ini memiliki peranan penting sebagai penghubung langsung antara tim pelaksana dengan jajaran eksekutif, demi memastikan bahwa seluruh kegiatan operasional di KLY berjalan secara efektif dan efisien.

Selain struktur organisasi di level perusahaan, terdapat pula struktur internal yang mengatur pembagian tugas dan alur kerja di masing-masing divisi, termasuk *Marketing Communication Division* tempat pemegang melaksanakan program magangannya. Struktur ini menggambarkan bagaimana fungsi strategis pemasaran dibagi di dalam tim, serta menunjukkan posisi *intern* dalam konteks koordinasi dan kolaborasi kerja harian.

Berikut merupakan struktur organisasi divisi *Marketing Communication* KLY:

U M W N
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. 10 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication KLY

Sumber: (Data olahan pekerja magang, 2025)

Departemen *Marketing Communication* di KapanLagi Youniverse terdiri dari beberapa unit dengan fungsi dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Beberapa unit tersebut meliputi:

1. *VP Marketing Communication*, memiliki tanggung jawab utama dalam mengawasi pelaksanaan strategi komunikasi dan pemasaran di berbagai sub-divisi.
2. *GM Marketing Communication*, berperan dalam memantau implementasi strategi komunikasi dan pemasaran secara menyeluruh di lingkup sub-divisi yang ada.
3. *Event & Strategic*, bertugas merancang serta mengeksekusi berbagai kegiatan acara yang diselenggarakan oleh KapanLagi Youniverse. Tim ini tidak hanya berfokus pada perencanaan teknis, tetapi juga memastikan bahwa setiap acara sejalan dengan misi KLY dalam menjangkau audiens yang lebih luas.
4. *KOL (Key Opinion Leader)*, bertanggung jawab dalam mengelola hubungan dengan figur publik, seperti selebritas dan influencer, yang dapat

memperkuat branding KLY melalui kerja sama. Tim ini menjalankan proses pencarian, negosiasi, hingga pengelolaan kolaborasi bersama *KOL* untuk mendukung aktivitas perusahaan.

5. *Community*, memainkan peran sentral dalam mengelola komunitas pengguna di platform aplikasi Youniverse. Tim ini memastikan terjadinya interaksi aktif dan keterlibatan audiens, serta membangun loyalitas pengguna melalui program-program yang mendekatkan mereka pada *brand* KLY.
6. *Branding*, berfungsi untuk menjaga konsistensi identitas merek KLY di seluruh kanal media, baik digital maupun non-digital. Tim ini fokus pada pengembangan strategi branding yang kreatif dan memastikan keselarasan antara citra merek dengan visi dan misi perusahaan.
7. *Partnership & Sponsorship*, memiliki tanggung jawab dalam membangun serta mempertahankan hubungan kerja sama dengan mitra bisnis KLY. Tim ini menekankan pentingnya kolaborasi jangka panjang yang saling menguntungkan dan juga mengevaluasi peluang kerja sama baru yang potensial serta memastikan sinergi yang tercipta mendukung pertumbuhan perusahaan.
8. *Multimedia*, mengelola aspek visual dan audio dari setiap acara atau konten yang diproduksi KLY. Tim ini berfokus menciptakan materi multimedia yang menarik, seperti video promosi, iklan, dan konten digital lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan pemasaran dan preferensi audiens KLY.

U 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