Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM DIGITAL MEDIA

2.1 Profil Digital Media

2.1.1 Sejarah Singkat Digital Media

Pada tahun 2000, Group of Magazine (GoM) Kompas Gramedia menemukan gagasan untuk membuat Unit Digital Media, namun karena pada saat itu kesadaran akan kesempatan berbisnis di dunia digital masih kecil, infrastruktur di dunia digital masih mahal, serta masyarakat yang menggunakan internet masih sedikit, maka unit ini baru didirikan pada tahun 2002. Pada tahun itu, GoM membuat gramedia majalah dalam bentuk digital, dengan membuat *website*, aplikasi, dan media sosial. Namun karena masih memiliki masalah pada infrastruktur, maka pada tahun itu juga pengoperasian digital media dihentikan sementara.

Pada Agustus 2008, setelah infrastruktur menjadi jauh lebih murah dan mudah, *smartphone* mulai menjamur, serta masyarakat mulai terbiasa dengan internet, maka terwujud lah Unit Digital Media. Pada saat itu yang dilakukan pertama kali adalah membuat *website* Hai, Tabloid Nova, iDea, dan Otomotif. Pada tahun itu, konsep web sudah lebih meningkat, yaitu konsep web 2.0 yang membuat proses komunikasi antara media dan khalayak menjadi semakin interaktif. Dengan begitu, perkembangan unit ini berjalan dengan pesat hingga di tahun seterusnya.

Digital Media pada dasarnya dibuat untuk mempermudah menyampaikan konten kepada khalayak dan lebih dekat dengan khalayaknya di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Khalayak yang mulai terbiasa dengan media internet, membuat GoM merasa perlu menghadirkan *brand*-nya

Alur kerja jurnalisme..., Iveta Rahmalia, FIKOM UMN, 2013

hadir di dunia digital. Selain itu GoM menyadari bahwa media cetak perlahan akan redup, maka GoM merasa perlu membentuk versi digital dari kontennya.

Dengan pesatnya perkembangan Digital Media, maka pada tahun 2010, GoM menambah produk digital dari *brand* lain, yaitu National Geographic Indonesia, Fotokita, Kidnesia, Sajian Sedap, Intisari, Sekar, Chic, Kawanku, PC Plus, Hot Game, Chip, Tabloid Rumah, Dunia Soccer, Info Komputer, dan Sinyal.

Peran Digital Media terbagi menjadi dua, yaitu sebagai unit *supporting* dan unit bisnis. Sebagai unit *Supporting*, Digital Media membantu pembuatan dan pengembangan *platform* digital di tiap *brand*, yaitu *website*, aplikasi untuk perangkat *mobile*, seperti *smartphone* dan Tablet PC. Kemudian pada tahun 2011 Digital Media juga menyelamkan diri ke media sosial sebagai bentuk lain dari usaha untuk membangun komunikasi dengan khalayak.

Sebagai unit bisnis, Digital Media juga diharapkan dapat melahirkan produk-produk digital yang baru, serta dapat memperoleh aliran pendapatan yang baru. Digital Media diharapkan terus melahirkan produk-produk baru di tahun 2013 dan seterusnya.

2.1.2 Logo

Gambar 2.1. Logo Group of Magazine Kompas Gramedia

GRAMEDIA MAJALAH
Delivering Ideas

Sumber: Dok. Digital Media

Gambar 2.2. Logo Digital Media

DIGITAL MEDIA

Sumber: Dok. Digital Media

Alur kerja jurnalisme..., Iveta Rahmalia, FIKOM UMN, 2013

2.1.3 Visi dan Misi Digital Media

VISI :

Menjadi inkubator untuk pengembangan *platform* digital di seluruh unit usaha pada grup majalah serta menghasilkan produk-produk digital.

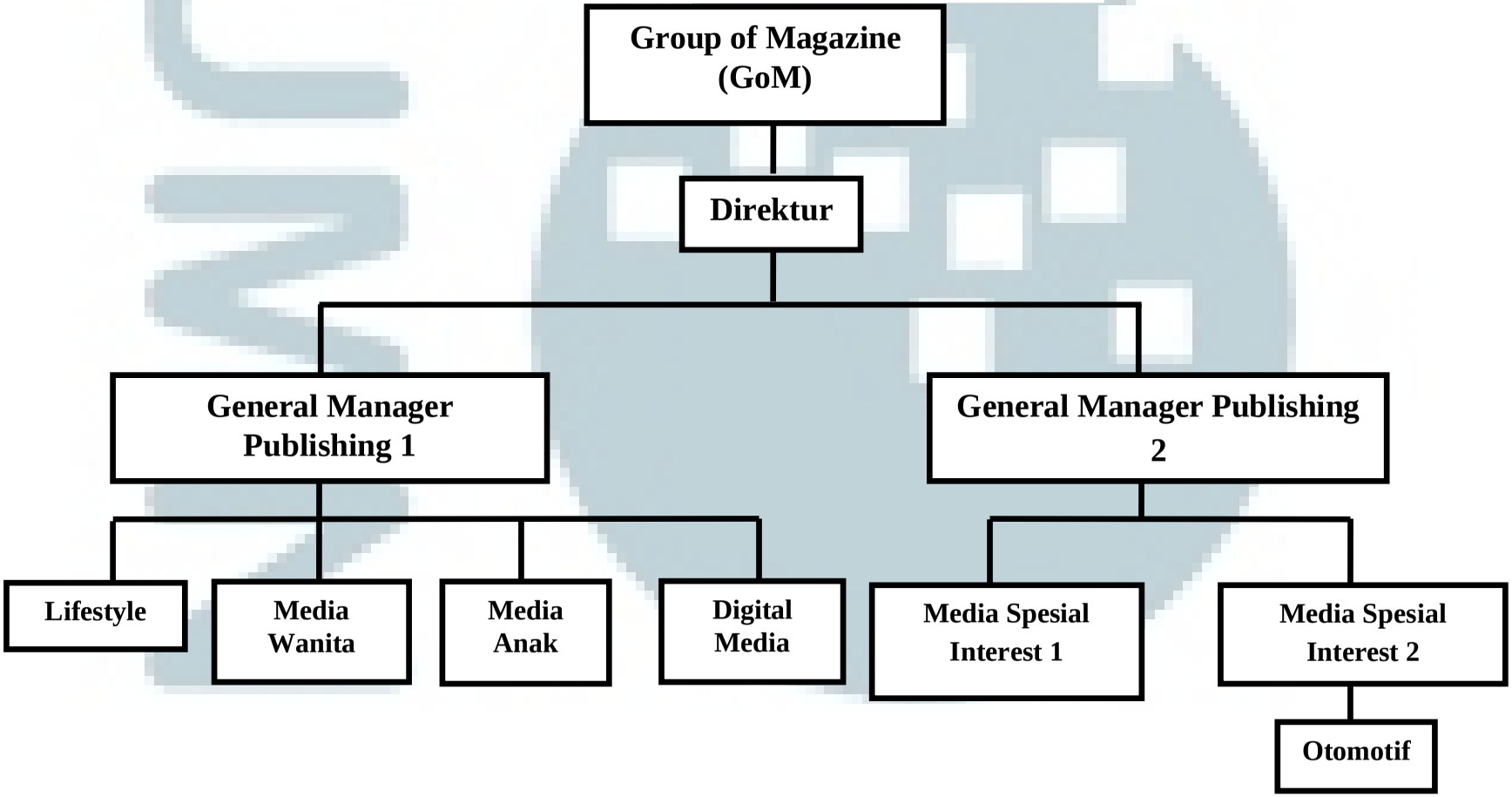
MISI :

1. Menyediakan jasa konsultatif untuk pengembangan produk digital di tiap *brand* yang berkaitan dengan IT, Content Strategic, dan Marketing Communication.
2. Memonitor, memberikan evaluasi dan memberikan saran atas performa setiap *brand* digital di Group of Magazine.
3. Membuat produk-produk digital baru yang diminati *audience* dan berpotensi menjadi *tools* pemasaran untuk klien.

Alur kerja jurnalisme..., Iveta Rahmalia, FIKOM UMN, 2013

Bagan 2.1

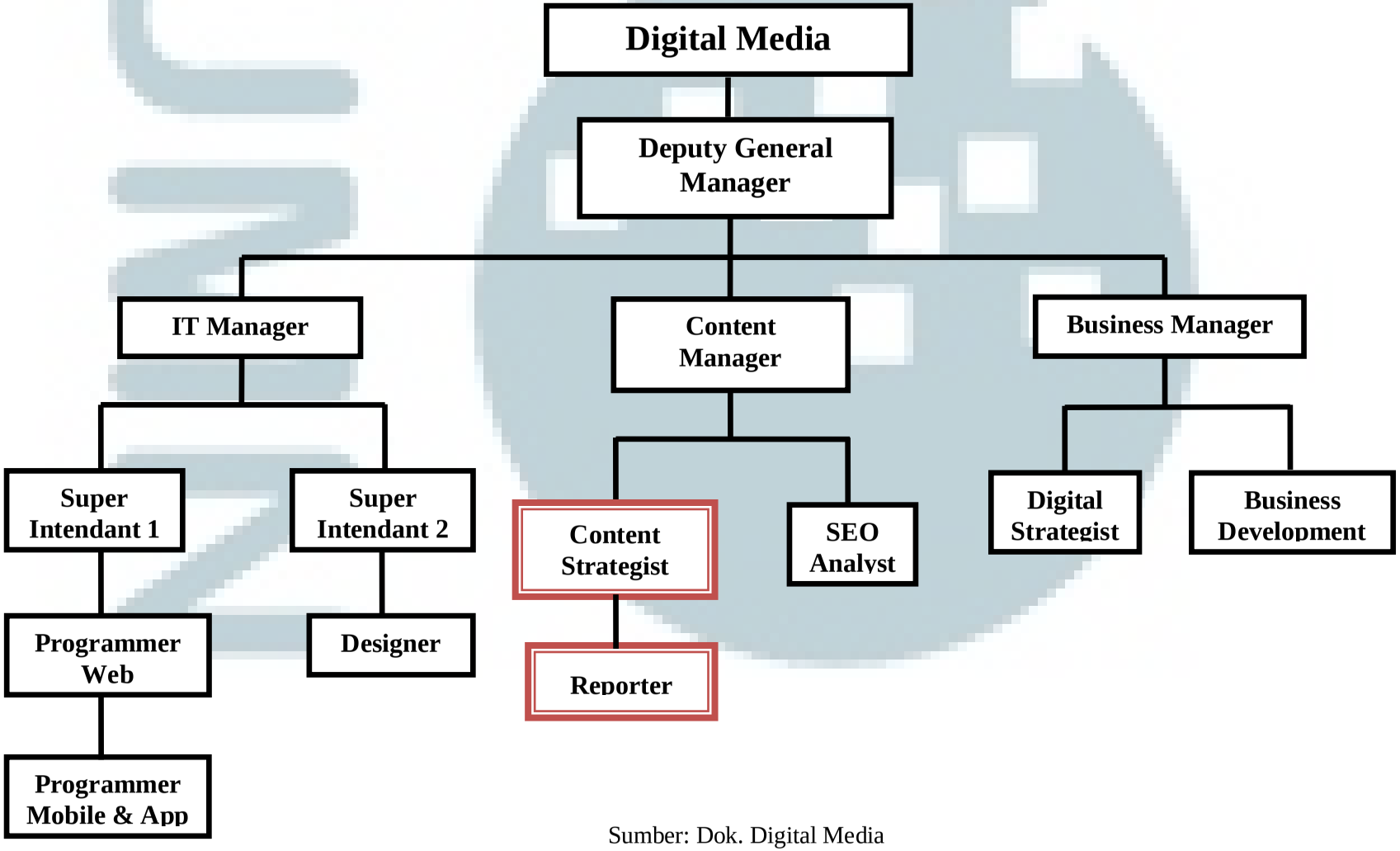
Struktur Perusahaan Group of Magazine Kompas Gramedia



Sumber: Dok. Digital Media

Bagan 2.2

Struktur Organisasi Digital Media



Sumber: Dok. Digital Media

Keterangan:

- Deputy GM : Eddy Suhardy
- IT Manager : Benyamin Maengkom
- Programmer Superintendent : Aswari Agoes
- Designer Superintendent : Zaki Hardi
- Content Strategic Managaer : Junior Respati
- Business Manager : Eddy Suhardy
- Digital Strategist Superintendent : Dani Supriatna

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Digital Media

Pada Divisi Digital Media, terdapat tiga kelompok besar pembagian kerja, yaitu Information and Technology (IT) yang bertugas untuk mengontrol dan memonitor jalannya *website*, Content Strategic Departement yang memproduksi dan mengatur konten di *website*, dan Business Management yang menjalankan divisi dari segi bisnis dan mengontrol serta memonitor arus pendapatan.

Posisi penulis dalam kerja magang berada di Content Strategic Departement yang mengisi dan mengontrol konten yang ada di dalam *website*, yaitu *http//gramediamajalah.com*. Selain itu, penulis juga diposisikan sebagai reporter untuk melakukan peliputan yang berhubungan dengan GoM Kompas Gramedia. Konten yang diproduksi adalah dalam bentuk tulisan artikel, foto, dan video. *Website* tersebut terdiri dari kanal/rubrik sebagai berikut:

- Home

  Berisi *link* dari kanal-kanal yang ada, serta menjadi tampilan utama *website*. Kanal ini juga memuat *headline* yang ada di dalam *website*.
- Hiburan

  Berisi tentang informasi di dunia hiburan, yang menyangkut aktor, aktris, penyanyi, dan pekerja seni lainnya.
- Wawasan

Alur kerja jurnalisme..., Iveta Rahmalia, FIKOM UMN, 2013

Kanal ini terdiri dari beberapa *sub*-kanal, yaitu Pengetahun (tekait sains dan teknologi), Inspirasi (mengenai seseorang atau sekelompok orang yang menginspirasi), dan Komunitas.

- Perempuan

  Kanal ini berisi informasi seputar perempuan dan memiliki beberapa *sub*-kanal, yaitu Kecantikan, *Fashion*, Karir, Profil, dan Resep.

- Selingan

  Berisi tentang informasi-informasi ringan yang terdiri dari beberapa su-kanal, yaitu Kuliner, Jalan-jalan, dan *Review*.

- Olahraga

  Berisi tentang informasi terkait olahraga yang terdiri dari beberapa *sub*-kanal yaitu Sepakbola, Skor Akhir, Klasmen, Balap, dan Jadwal Siaran Langsung.

- Otomotif

  Berisi informasi terkait dunia otomotif yang terdiri dari beberapa *sub*-kanal, yaitu Tips, Trik, Klinik, Modif, dan Klub.

- Teknologi

  Berisi informasi terkait dunia teknologi yang terdiri dari beberapa *sub*-kanal, yaitu Info Tekno, *Review*, Cari *Notebook*.

- Keluarga

  Berisi informasi yang bisa dinikmati oleh keluarga yang terdiri dari beberapa *sub*-kanal, yaitu Kesehatan, Buah Hati, dan Pasangan.

- Anak

  Berisi informasi terkait dunia anak yang terdiri dari beberapa *sub*-kanal, yaitu Tahukah Kamu, Dongeng, dan Tips.

- Teen

  Berisi informasi terkait dunia remaja yang terdiri dari beberapa *sub*-kanal, yaitu *Style*, *Me vs World*, *Art*, dan *Skulizm*.

- Hobi

  Berisi informasi terkait hobi yang terdiri dari beberapa *sub*-kanal, yaitu Dirgantara, *Ride Bike*, *Game*, Militer, dan Musik.

Alur kerja jurnalisme..., Iveta Rahmalia, FIKOM UMN, 2013

- Rumah

  Berisi informasi terkait dengan rumah yang terdiri dari beberapa *sub*-kanal, yaitu Kabar, Galeri, Ruang Keluarga, Kamar Tidur, Ruang Makan, Dapur, Kamar Mandi, Eksterior, Taman, Furnitur, Aksesoris dan Peranti, Inspirasi, Properti, Apartemen, dan Tips.

Alur kerja jurnalisme..., Iveta Rahmalia, FIKOM UMN, 2013