

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang KapanLagi Youniverse

KapanLagi Youniverse (KLY) merupakan salah satu perusahaan media digital terkemuka di Indonesia yang berfokus pada pembuatan serta distribusi konten digital dalam berbagai kategori, mulai dari berita, hiburan, gaya hidup, hingga olahraga. KLY mengoperasikan sejumlah portal berita dan hiburan dengan jutaan pengguna aktif setiap bulannya. KLY terus memperluas jangkauannya terhadap audiens melalui platform online maupun penyelenggaraan beragam event interaktif.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan KapanLagi Youniverse
Sumber: Website KapanLagi Youniverse (2018)

Berdasarkan website KapanLagi Youniverse (2018), KapanLagi Youniverse (KLY) tidak hanya berperan sebagai perusahaan media digital terkemuka di Indonesia, tetapi juga hadir sebagai ekosistem konten yang aktif dengan berbagai platform yang menyasar audiens dari beragam latar belakang. Melalui pendekatan kreatif dalam menyampaikan informasi, KLY menghadirkan portal-portal yang membahas berita, hiburan, gaya hidup, olahraga, hingga otomotif, di mana masing-masing memiliki ciri khas dan kelompok pembaca tersendiri. Dengan dukungan strategi digital yang matang, KLY mampu menyuguhkan konten bermutu setiap hari, baik dalam bentuk artikel, video, maupun interaksi di dunia digital. Berikut ini adalah sejumlah media yang berada di bawah KLY serta peranannya dalam perkembangan industri media digital nasional.

Selain dikenal sebagai salah satu pemimpin di industri media digital, KLY juga aktif menyelenggarakan berbagai acara. Tak hanya itu, KLY juga kerap mengadakan talk show, webinar, dan workshop bersama brand maupun figur publik untuk membahas isu-isu terkini seputar tren digital, gaya hidup, hingga pengembangan karier. Melalui strategi ini, KLY tidak sekadar hadir sebagai penyedia informasi, tetapi juga berperan sebagai penghubung antara komunitas dan audiens dengan pengalaman yang lebih imersif, baik secara *offline* maupun *online*.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

KapanLagi Youniverse (KLY) adalah salah satu perusahaan media digital terbesar di Indonesia yang membawahi berbagai platform media online populer. Sejak berdiri pada tahun 2003, KLY menghadirkan layanan beragam dalam industri media digital, mulai dari konten berita, hiburan, gaya hidup, hingga pengembangan teknologi berbasis data serta strategi pemasaran digital. Sebagai induk dari sejumlah unit media, KLY memiliki struktur organisasi inti yang disusun untuk mendukung kelancaran operasional di berbagai bidang.

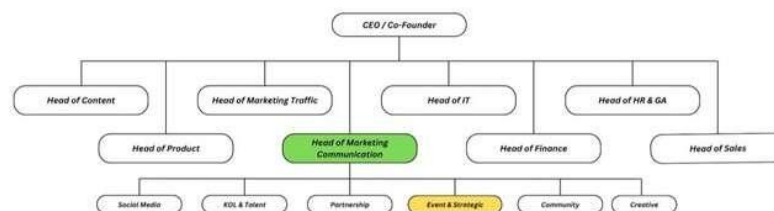
Struktur organisasi ini mencakup posisi-posisi kunci mulai dari level manajerial hingga eksekutif, yang berperan dalam pengelolaan konten, inovasi teknologi, perumusan strategi bisnis, serta komunikasi perusahaan. Dengan alur koordinasi yang terarah, setiap divisi di KLY dapat berkolaborasi secara sinergis dan menjalankan fungsi masing-masing secara maksimal. Berikut adalah gambaran mengenai struktur organisasi KapanLagi Youniverse (KLY):



Gambar 2.2.1 Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Setelah memahami struktur organisasi secara keseluruhan yang menunjukkan pola koordinasi antar divisi utama di KapanLagi Youniverse, pembahasan selanjutnya difokuskan pada struktur inti dalam departemen Marketing Communication, khususnya pada *divisi Event & Strategic*. Divisi ini berperan langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan event dan strategi komunikasi yang mendukung pemasaran perusahaan. Struktur organisasi inti pada departemen *Marketing Communication* KapanLagi Youniverse dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2.2 Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Gambar 2.2.2 menampilkan struktur organisasi PT KapanLagi Youniverse. Adapun berikut penjelasan mengenai fungsi dan tanggung jawab dari setiap departemen serta divisi yang terdapat di perusahaan KLY:

1. **CEO/Co-Founder**

CEO atau Co-Founder merupakan posisi tertinggi dalam struktur organisasi perusahaan yang bertanggung jawab terhadap visi, misi, serta arah strategis bisnis. Peran utama posisi ini adalah memastikan seluruh divisi bekerja secara terpadu untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu, CEO juga memegang kendali dalam pengambilan keputusan penting, pengembangan bisnis, serta menjalin hubungan dengan investor dan mitra strategis perusahaan.

2. *Head of Content*

Head of Content mengoordinasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan produksi dan distribusi konten di berbagai platform milik PT KapanLagi Youniverse. Divisi ini bertugas menyusun strategi editorial, mengawasi tim kreatif, serta memastikan setiap konten yang dibuat relevan dan menarik bagi audiens. Selain itu, mereka juga melakukan riset tren media digital serta analisis performa konten guna meningkatkan efektivitas komunikasi dan engagement pengguna.

3. *Head of Marketing Traffic*

Divisi ini bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada seluruh kanal digital perusahaan. Kegiatan utamanya meliputi optimalisasi SEO dan SEM, pengelolaan iklan berbayar (paid advertising), serta pemantauan performa traffic untuk memastikan efektivitas kampanye digital. Tujuannya adalah mempertahankan pertumbuhan kunjungan yang stabil dan berkelanjutan di seluruh platform.

4. *Head of IT*

Head of IT mengelola seluruh aspek teknologi perusahaan, mulai dari pengembangan situs web, aplikasi, hingga sistem infrastruktur digital. Divisi ini juga memastikan keamanan data dan kelancaran operasional teknologi di dalam perusahaan. Selain itu, mereka berperan dalam menemukan serta menerapkan solusi teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi kerja lintas divisi.

5. *Head of HR & GA*

Divisi HR & GA memiliki tanggung jawab dalam mengatur sumber daya manusia serta administrasi umum perusahaan. Fokusnya mencakup proses rekrutmen, pelatihan, pengembangan karyawan, hingga pembentukan budaya kerja yang positif. Selain itu, divisi ini juga memastikan kesejahteraan karyawan serta mengelola fasilitas kantor agar tercipta lingkungan kerja yang nyaman dan produktif.

6. *Head of Product*

Divisi ini berfokus pada pengembangan dan inovasi produk digital perusahaan. Head of Product menyusun roadmap produk, bekerja sama dengan tim IT dan marketing untuk menciptakan fitur baru, serta memastikan produk yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar dan pengguna. Divisi ini juga melakukan riset pengguna guna memperkuat pengalaman dan kepuasan pelanggan.

7. *Head of Finance*

Head of Finance bertanggung jawab atas seluruh kegiatan keuangan perusahaan, mulai dari penyusunan anggaran, laporan keuangan, hingga pengawasan arus kas. Divisi ini juga memastikan kepatuhan terhadap regulasi pajak dan kebijakan keuangan, serta merumuskan strategi finansial yang mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang.

8. *Head of Sales*

Divisi Sales berperan dalam mengembangkan strategi penjualan dan monetisasi perusahaan. Tugasnya meliputi kerja sama dengan klien, penjualan iklan dan sponsorship, serta pengelolaan hubungan bisnis dengan mitra strategis. Selain itu, divisi ini juga melakukan analisis terhadap data penjualan untuk merancang strategi peningkatan pendapatan yang lebih efektif.

9. *Head of Marketing Communication*

Head of Marketing Communication memimpin seluruh aktivitas komunikasi pemasaran dan branding perusahaan agar pesan yang disampaikan konsisten di berbagai kanal media. Di bawah departemen ini terdapat beberapa divisi utama, yaitu:

a) *Social Media*

Divisi Social Media mengelola strategi serta konten media sosial perusahaan, menciptakan materi yang menarik, menjaga interaksi dengan audiens, dan menganalisis performa setiap kampanye digital untuk memperkuat brand awareness.

b) *KOL & Talent*

Divisi ini menjalin kerja sama dengan Key Opinion Leaders (KOL), influencer, dan talent guna memperkuat citra merek. Tugasnya mencakup pemilihan figur publik yang relevan, manajemen kontrak, serta pengawasan pelaksanaan kampanye berbasis influencer marketing.

c) *Partnership*

Divisi Partnership bertanggung jawab dalam mengembangkan kolaborasi strategis dengan pihak eksternal. Tugasnya meliputi peninjauan kerja sama, negosiasi, penyusunan kontrak, dan pelaksanaan kemitraan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

d) *Community*

Divisi Community berperan dalam mengelola hubungan dengan komunitas pengguna dan audiens. Mereka merancang kegiatan interaktif, mengelola forum komunitas, serta memanfaatkan masukan dari pengguna untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.

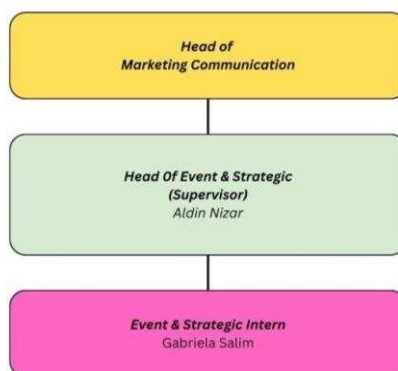
e) *Creative*

Divisi Creative berfokus pada pengembangan konsep visual dan ide kreatif untuk mendukung strategi komunikasi dan penyelenggaraan event. Divisi ini membuat konsep, naskah, serta materi visual pendukung yang merepresentasikan identitas dan pesan merek secara konsisten.

f) *Event & Strategic*

Divisi Event & Strategic berperan penting dalam merancang, menyiapkan, dan mengeksekusi berbagai acara yang berkaitan dengan branding perusahaan, baik dalam format offline maupun online. Divisi ini bertanggung jawab mulai dari tahap *event ideation*, penyusunan *deck* dan *rundown*, hingga mengatur seluruh kebutuhan teknis seperti pengecekan venue, pencarian vendor, serta koordinasi dengan berbagai pihak eksternal.

Selain itu, divisi ini juga menjalin komunikasi langsung dengan vendor dan brand yang berpartisipasi (*brand tap-in*), menghadiri pertemuan dengan klien, serta membantu penyusunan *cue card* dan kebutuhan pendukung lainnya untuk memastikan jalannya acara sesuai konsep. Dalam pelaksanaannya, tim Event & Strategic turut membantu dalam proses *briefing* kepada MC sebelum acara dimulai, memastikan mereka memahami alur serta pesan yang ingin disampaikan perusahaan melalui event tersebut. Secara keseluruhan, divisi ini berperan dalam menjaga kualitas penyelenggaraan event agar berjalan profesional, menarik, serta memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan dan engagement audiens.



Gambar 2.2.3 Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada Gambar 2.2.3 ditunjukkan bahwa Aldin Nizar menjabat sebagai Supervisor sekaligus Head of Event & Strategic di PT KapanLagi Youniverse. Di bawah kepemimpinannya terdapat beberapa tim pendukung yang berperan dalam mendukung pelaksanaan berbagai kegiatan dan strategi komunikasi perusahaan. Salah satu posisi dalam divisi tersebut adalah *Event & Strategic Intern*, yang dijabat oleh Gabriela Salim.

Sebagai *Event & Strategic Intern*, penulis terlibat langsung dalam proses perencanaan, koordinasi, hingga pelaksanaan berbagai event yang diselenggarakan

oleh PT KapanLagi Youniverse, baik yang bersifat internal perusahaan maupun kolaborasi bersama brand eksternal (*brand partnership*). Peran ini mencakup berbagai tahapan penting dalam produksi event, mulai dari *event ideation*, penyusunan *event deck* dan *rundown*, hingga penyiapan kebutuhan teknis seperti survei lokasi (*venue checking*), pencarian vendor, serta pengelolaan kebutuhan logistik lainnya.

Selain berfokus pada perencanaan dan operasional, penulis juga turut membantu dalam proses komunikasi eksternal dengan berbagai pihak, termasuk menghubungi vendor, berkoordinasi dengan pihak *brand tap-in*, dan mengikuti rapat bersama tim maupun klien untuk membahas konsep, strategi, serta kebutuhan acara. Selama tahapan pelaksanaan, penulis berperan dalam mendukung koordinasi di lapangan agar acara berjalan sesuai rencana, serta memastikan seluruh elemen produksi berjalan selaras dengan konsep yang telah disusun sebelumnya.

Dalam aspek komunikasi acara, penulis juga turut membantu penyusunan *cue card* untuk kebutuhan pembawa acara (MC) dan terlibat dalam proses *briefing* MC sebelum acara dimulai, agar alur dan pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan jelas kepada audiens. Selain itu, penulis mendukung tim dalam mengelola dokumentasi selama kegiatan berlangsung, seperti pengambilan *footage* dan momen penting yang digunakan untuk keperluan publikasi maupun evaluasi pasca-event.

Melalui peran ini, penulis memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai proses penyelenggaraan event mulai dari tahap konseptual hingga eksekusi akhir. Posisi sebagai *Event & Strategic Intern* memberikan pengalaman langsung dalam mengelola acara yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga strategi komunikasi dan kolaborasi lintas divisi untuk menciptakan event yang berkesan serta memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan dan brand partner yang terlibat.

2.3 Portfolio Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan media digital terbesar di Indonesia, PT KapanLagi Youniverse (KLY) telah membangun reputasi sebagai mitra strategis bagi berbagai merek ternama nasional maupun internasional. Sejak berdiri, KLY terus memperluas kolaborasi lintas industri, mulai dari produk konsumen, teknologi, telekomunikasi, hingga lembaga keuangan. Sejumlah brand besar yang pernah bekerja sama dengan KLY antara lain Bank BRI, XL Axiata, Samsung, Tokopedia, Pertamina, Yamaha, Unilever, dan Kin Yoghurt. Kerja sama tersebut terwujud dalam berbagai bentuk kampanye digital, event activation, dan branded content yang dirancang untuk meningkatkan engagement dan memperkuat citra merek di mata audiens digital Indonesia.

Dalam menjalankan berbagai proyek kolaboratif, KLY dikenal sebagai perusahaan media yang mampu memberikan solusi komunikasi terpadu melalui pendekatan berbasis data, kreativitas, dan storytelling. Layanan yang ditawarkan mencakup *digital campaign strategy*, *content production*, *social media amplification*, *influencer marketing*, hingga *event management*. Kolaborasi dengan Bank BRI dalam acara *KapanLagi Buka Bareng BRI Festival 2025*, misalnya, menjadi contoh nyata bagaimana KLY menggabungkan hiburan musik, aktivitas komunitas, dan promosi brand dalam satu pengalaman yang interaktif dan berdampak luas. Hal ini menunjukkan kemampuan KLY untuk tidak hanya menjadi media partner, tetapi juga *creative enabler* bagi berbagai perusahaan.

Selain menghadirkan proyek berskala besar, KLY juga memiliki portofolio event yang beragam dan konsisten diselenggarakan setiap tahun. Beberapa di antaranya adalah *KapanLagi Buka Bareng Festival (KLBB)*, *Festival6*, *KapanLagi Korea Hangout with BSTARVERSE*, *Meet & Greet SB19 x Aruma*, dan program sosial *Piring Kebersamaan*. Melalui acara-acara tersebut, KLY tidak hanya menjadi fasilitator hiburan dan komunikasi, tetapi juga berperan aktif dalam membangun ruang interaksi positif antara brand, publik, dan komunitas kreatif. Setiap kegiatan disusun

dengan konsep tematik yang kuat serta didukung jaringan media internal KLY seperti Liputan6.com, Merdeka.com, Fimela.com, Bola.com, dan DREAM.co.id.

Portofolio yang dimiliki KLY mencerminkan konsistensinya dalam menghadirkan karya dan program yang selaras dengan kebutuhan industri digital masa kini. Dengan memanfaatkan kekuatan jaringan media dan kapabilitas internal yang solid, KLY berhasil menghadirkan pengalaman komunikasi yang menyeluruh, mulai dari strategi kreatif hingga pelaksanaan kampanye di berbagai platform. Inovasi yang dilakukan perusahaan juga mendorong terciptanya kolaborasi lintas sektor yang tidak hanya menguntungkan klien, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi perkembangan industri media digital di Indonesia.

Secara keseluruhan, keberhasilan PT KapanLagi Youniverse dalam menjalin kerja sama dengan berbagai brand besar dan menyelenggarakan event berskala nasional menjadi bukti nyata dari profesionalisme dan kreativitas yang dimiliki perusahaan. Dengan komitmen terhadap kualitas, inovasi, serta relevansi terhadap tren digital terkini, KLY terus memperkuat posisinya sebagai *leading digital media network* di Indonesia yang mampu menggabungkan kekuatan media, teknologi, dan kreativitas untuk memberikan dampak yang berkelanjutan.