

## BAB II

### GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

#### 2.1 Tentang CNN Indonesia

PT Trans News Corpora atau biasa dikenal dengan CT Corp merupakan perusahaan yang bergerak di bidang media digital, dan dikenal luas sebagai platform berita terpercaya dengan tagline “*News We Can Trust*”. CNN Indonesia secara resmi diluncurkan pada 20 Oktober 2014 sebagai hasil kerja sama strategis antara Transmedia dan CNN International Commercial. Sebagai media digital, CNN Indonesia menghadirkan berita terkini, akurat, dan berimbang dalam berbagai format dari teks, foto, hingga video yang dapat diakses melalui berbagai platform digital, baik media sosial maupun *website*.



Gambar 2. 1 Logo CNN Indonesia

Sumber: [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com), diakses 14 Oktober 2025

CNN Indonesia berlokasi di Gedung Trans TV di Jalan Kapten Tendean Nomor 2, Mampang, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Dalam lingkup gedung Transmedia, terdapat beberapa media maupun stasiun televisi lainnya, seperti Trans TV, Trans7, Detik Network, CXO Media, dan CNBC Indonesia. Redaksi CNN Indonesia menyajikan konten lokal dan *internasional*, dengan fokus pada berita kanal nasional, internasional, bisnis, olahraga, teknologi, gaya hidup, dan hiburan.

Perkembangan teknologi digital yang pesat dan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat, CNN Indonesia hadir sebagai jawaban atas kebutuhan akan media yang cepat, akurat, dan mudah diakses. Platform ini memudahkan pembaca, khususnya generasi muda yang aktif di dunia digital, untuk mendapatkan berita dan informasi terkini melalui perangkat mobile maupun sosial media. CNN Indonesia tidak hanya menyajikan informasi secara real-time, tetapi juga mendorong keterlibatan pengguna melalui berbagai fitur interaktif dan pendekatan komunikasi digital yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

## 2.2 Data Umum CNN Indonesia

|                 |   |
|-----------------|---|
| Nama Perusahaan | : PT. Trans News Corpora  |
| Nama Media      | : CNN Indonesia   |
| Alamat          | : Gedung Transmedia Lt. 3, Jln. Kapten P.<br>Tendean Kav. 12-14A Mampang Prapatan,<br>Jakarta Selatan - 12790 |
| No. Telp        | : 021-7918-4557   |
| Website         | : <a href="http://cnnindonesia.com">cnnindonesia.com</a>  |
| Redaksi         | : <a href="mailto:redaksi@cnnindonesia.com">redaksi@cnnindonesia.com</a>                                      |
| Media Partner   | : <a href="mailto:kerjasama@cnnindonesia.com">kerjasama@cnnindonesia.com</a>                                  |
| Activity        | : <a href="mailto:kontak@cnnindonesia.com">kontak@cnnindonesia.com</a>  |
| Aplikasi        | : Instagram (@cnnindonesia)<br>YouTube (@CNNIDOFFICIAL)<br>X (@CNNIndonesia)                                  |

## 2.3 Visi Misi CNN Indonesia

Berdasarkan data dari website resmi, berikut visi misi CNN Indonesia :

- A. Panjang bukan berarti membosankan. Pendek tidak berarti dangkal.
- B. Panjang pendek bukanlah rumus. Panjang pendek bukanlah kungkungan.
- C. Panjang dan pendek hanyalah sebuah format penyampaian. Sebuah pilihan. Dangkal dan membosankan adalah cermin ketidaktrampilan penyampainya. Bukan karena formatnya.

- D. Karenanya berita kami bisa panjang dan bisa pendek.
- E. Sama seperti dengan pilihan kami untuk tidak sekadar menggunakan semata kata-kata untuk menyampaikan berita. Grafis, foto, dan video adalah juga alat kami. Semua bisa saling berdiri sendiri bercerita sekaligus saling melengkapi sebagai sebuah kesatuan
- F. Kami tidak hendak menjadi hakim. Tak hendak pula menjadi algojo. Niatan kami hanyalah mengungkapkan fakta secara apa adanya. Membilasnya dari bias.
- G. Kami ada semata karena kepekaan. Ketika sebuah peristiwa, sebuah perkara, layak untuk disampaikan, menarik, dan sebisa mungkin membuka wawasan. Ketika kegembiraan, tragedi, yang tersembunyi, dan yang terbuka perlu untuk diketahui.
- H. Kami hadir untuk mengabarkan.

## 2.4 Kanal-kanal CNN Indonesia

CNN Indonesia memiliki delapan kanal berita, yaitu Nasional, Internasional, Ekonomi, Otomotif, Olahraga, Teknologi, Gaya Hidup, dan Hiburan. Masing-masing kanal memiliki fokus serta tanggung jawab berbeda dalam menyajikan isu-isu aktual secara mendalam sesuai bidangnya. Penjelasan mengenai kanal beserta peran dan tanggung jawabnya dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2. 1 Kanal-kanal CNN Indonesia

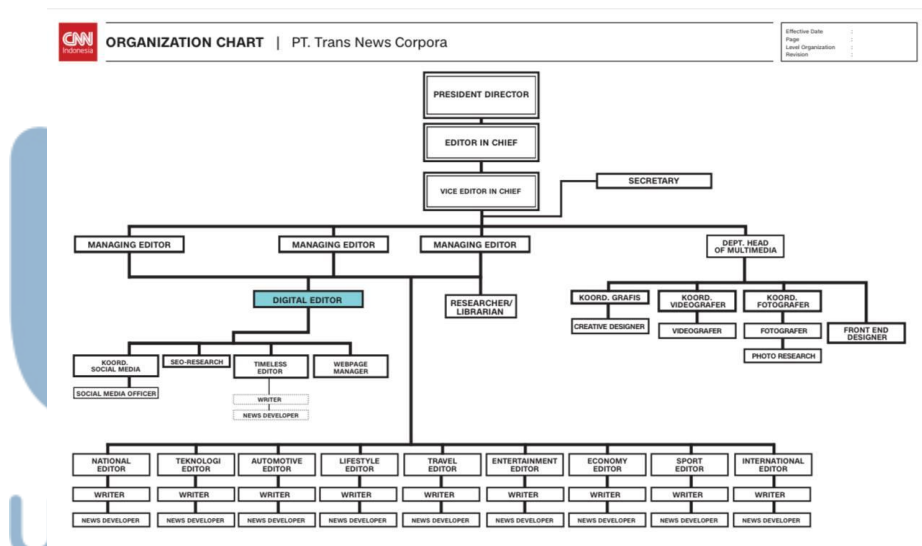
| Kanal                | Tanggung Jawabnya   |
|----------------------|---|
| <b>Nasional</b>      | Berisi isu-isu nasional yang terjadi di Indonesia, mulai dari kebijakan pemerintah pusat maupun daerah, hingga dinamika politik dalam negeri. |
| <b>Internasional</b> | Menyajikan berita dan analisis terkait peristiwa global, termasuk konflik internasional, kebijakan luar negeri, serta diplomasi antarnegara.  |
| <b>Ekonomi</b>       | Berhubungan dengan isu-isu ekonomi dan bisnis, seperti regulasi pemerintah, perkembangan dunia usaha, keuangan, dan fenomena ekonomi digital. |

|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>Otomotif</b>   | Membahas perkembangan industri otomotif, meliputi tren kendaraan, inovasi teknologi otomotif, serta dampaknya terhadap masyarakat dan industri.    |
| <b>Olahraga</b>   | Menyajikan berita seputar olahraga dari tingkat nasional hingga internasional, seperti sepak bola, MotoGP, voli, dan cabang olahraga lainnya.      |
| <b>Teknologi</b>  | Mengulas perkembangan teknologi, gadget, inovasi digital, serta tren terkini di dunia sains dan teknologi informasi.                               |
| <b>Gaya Hidup</b> | Berisi informasi tentang kesehatan, gaya hidup, kuliner, wisata, tren fashion, kecantikan, hingga kebiasaan hidup masyarakat urban.                |
| <b>Hiburan</b>    | Memuat berita tentang dunia selebritas, film, musik, seni budaya, buku, dan peristiwa yang melibatkan tokoh hiburan nasional maupun internasional. |

Sumber: cnnindonesia.com, diakses pada 14 Oktober 2025.

## 2.5 Struktur Organisasi CNN Indonesia

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi yang telah dirancang, disajikan dalam bentuk bagan. Struktur organisasi media CNN Indonesia dapat dilihat pada Gambar 2.2 di bawah ini.



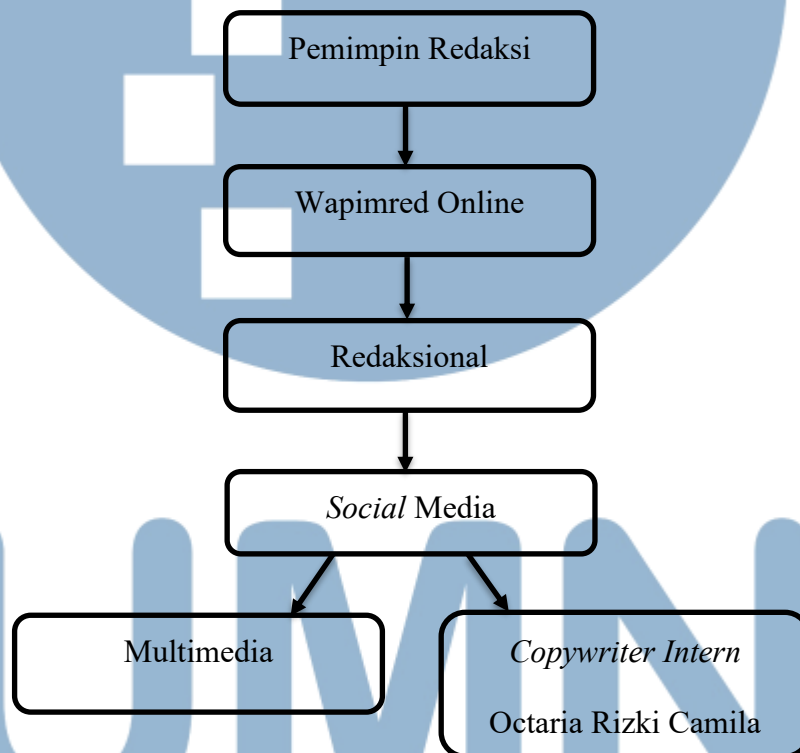
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi CNN Indonesia

Sumber: cnnindonesia.com (2024)

Pada struktur organisasi CNN Indonesia di atas, posisi tertinggi ditempati oleh *President Director*, kemudian diikuti oleh *Editor in Chief* dan *Vice Editor in*

*Chief*, dan *Secretary* yang berkoordinasi. Posisi *Managing Editor* dan *Dept. Head of Multimedia* berada di bawah *Vice Editor In Chief*. Di lanjut dengan *Digital Editor* dan *Researcher/Librarian* yang berada di bawah *Managing Editor*.

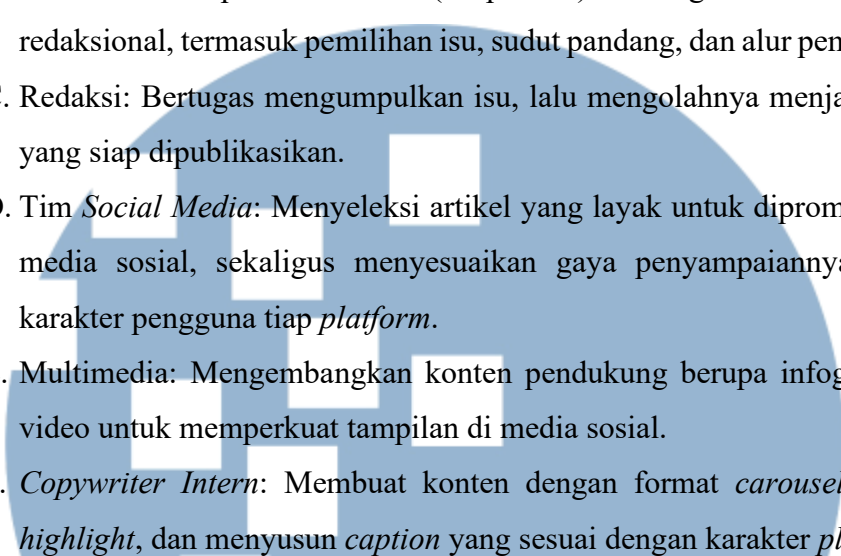
Sementara itu, *Koordinator Social Media*, *SEO-Research*, *Timeless Editor*, dan *Webpage Manager* berada di bawah posisi *Digital Editor*. Sedangkan, *Koord Grafis*, *Koord Videografer*, *Koord Fotografer*, dan *Front End Designer* berada di bawah *Dept. Head Of Multimedia*. Kemudian, dalam masing-masing kanal berita terdapat *Editor*, *Writer*, dan *News Developer*.



Gambar 2. 3 Struktur Divisi *Social Media*

Sumber: Dari berbagai sumber internal perusahaan olahan pemegang  
Berdasarkan pada gambar 2.3 mengenai Struktur Divisi *Social Media* dapat dijabarkan tugas serta tanggung jawab masing-masing sebagai berikut:

- A. *Pemimpin Redaksi*: Bertanggung jawab atas setiap konten yang diterbitkan melalui *platform CNN Indonesia*.

- 
- B. Wakil Pemimpin Redaksi (Wapimred): Mengarahkan kebijakan redaksional, termasuk pemilihan isu, sudut pandang, dan alur pemberitaan.
  - C. Redaksi: Bertugas mengumpulkan isu, lalu mengolahnya menjadi artikel yang siap dipublikasikan.
  - D. Tim *Social Media*: Menyeleksi artikel yang layak untuk dipromosikan di media sosial, sekaligus menyesuaikan gaya penyampaiannya dengan karakter pengguna tiap *platform*.
  - E. Multimedia: Mengembangkan konten pendukung berupa infografis dan video untuk memperkuat tampilan di media sosial.
  - F. *Copywriter Intern*: Membuat konten dengan format *carousel* maupun *highlight*, dan menyusun *caption* yang sesuai dengan karakter *platform*.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA