

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Suara.com merupakan portal berita daring yang menyajikan berbagai informasi terkini mulai dari politik, lingkungan, olahraga, bisnis, hiburan, gaya hidup, hukum, sains, hingga teknologi dan jurnalisme warga. Media ini hadir dengan gaya bahasa yang ringan, lugas, serta mudah dipahami oleh masyarakat luas (*Suara.com*, n.d.). Pertama kali diluncurkan pada 11 Maret 2014 di bawah naungan PT Akordia Media Nusantara. kehadirannya bertepatan dengan momentum tahun politik di Indonesia, yaitu Pemilihan Umum Legislatif dan Pemilihan Presiden 2014. Sejak awal berdiri, *Suara.com* berkomitmen untuk menyajikan pemberitaan yang jujur, berimbang, dan independen sebagai bentuk tanggung jawab kepada publik. *Suara.com* juga telah terverifikasi oleh dewan pers sejak tahun 2018.

Gambar 2.1: Logo Suara.com



Sumber: Arkadiacorp.com

Sebagai media digital, *Suara.com* mampu menyajikan informasi selama 24 jam melalui berbagai *platform*, mulai dari portal berita daring, konten audiovisual melalui kanal YouTube, hingga konten audio dalam bentuk podcast. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta perubahan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi di era digital. Dalam perkembangannya, *Suara.com* berada yang berada di bawah induk perusahaan PT Arkadia Digital Media yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2018. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berkembang dari sisi editorial, tetapi juga dari aspek bisnis dan profesionalitas sebagai perusahaan media digital. Memasuki usia ke 11 tahun pada 2025, *Suara.com* terus melakukan inovasi, tidak hanya dalam penyajian konten, tetapi juga dalam kontribusi sosial dan lingkungan. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah peluncuran kanal *Suara Hijau*, yang diperkenalkan dalam rangka peringatan hari jadi *Suara.com* melalui tagline #11Inovasi (*Suara.com*, 2025).

Program *Suara Hijau* merupakan inisiatif yang berfokus pada isu keberlanjutan dan kepedulian lingkungan. Melalui kanal ini, *Suara.com* berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga lingkungan. Dengan adanya inovasi seperti *Suara Hijau*, *Suara.com* menunjukkan bahwa perannya tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang turut berkontribusi dalam pembangunan sosial dan lingkungan di Indonesia.

Gambar 2.2: Logo *Suara Hijau*



Sumber: [Suara.com](https://suara.com)

Selain itu, kehadiran *Suara Hijau* menunjukkan komitmen *Suara.com* dalam memberikan ruang khusus bagi pemberitaan isu lingkungan yang semakin relevan dengan kehidupan masyarakat. Berbeda dengan pemberitaan lingkungan pada kanal berita umum yang umumnya hanya muncul ketika terjadi peristiwa tertentu, seperti banjir, kebakaran hutan, atau bencana alam, *Suara Hijau* secara khusus menghadirkan liputan yang lebih mendalam dan berkelanjutan mengenai berbagai isu lingkungan. Kanal ini tidak hanya memberitakan peristiwa, tetapi juga mengangkat edukasi, hasil penelitian ilmiah, kebijakan pemerintah, inovasi teknologi ramah lingkungan, serta aktivitas komunitas yang berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan.

Dengan adanya kanal khusus ini, pembahasan mengenai isu lingkungan menjadi lebih terfokus sehingga memungkinkan reporter untuk mengeksplorasi suatu topik secara lebih mendalam. Hal tersebut terlihat dari keberadaan artikel komunitas, artikel *feature*, hingga artikel *indepth* yang memberikan ruang bagi penyajian informasi yang lebih komprehensif dibandingkan pemberitaan harian yang bersifat aktual.

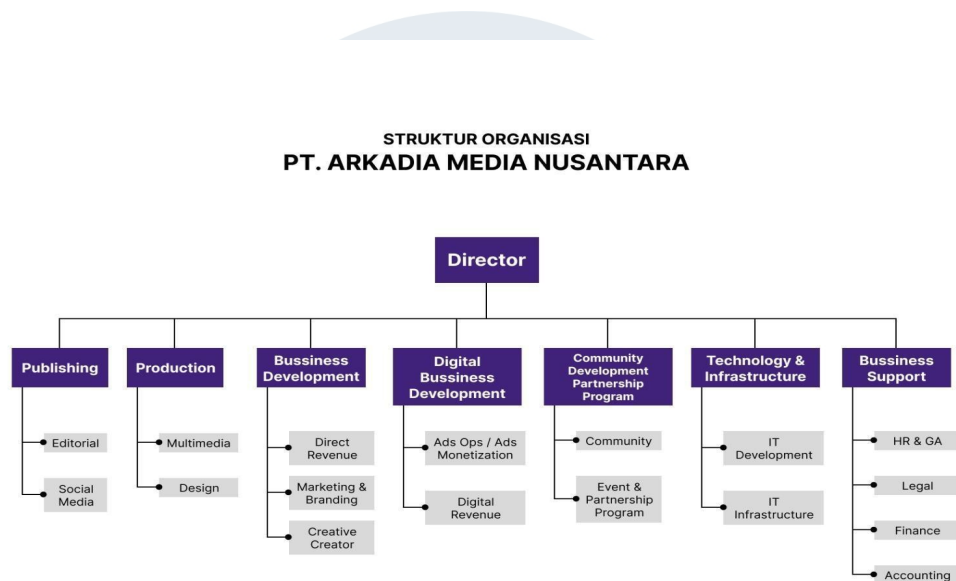
2.1.1 Visi dan Misi

Sebagai salah satu media digital di Indonesia, Suara.com memiliki visi dan menjadi media yang kredibel, independen, dan terpercaya dalam menyajikan informasi bagi masyarakat. Untuk mewujudkan visi tersebut, Suara.com menjalankan misi menyajikan informasi yang akurat, berimbang, dan dapat dipercaya, serta mengedepankan prinsip independensi jurnalistik dalam setiap pemberitaan (Suara.com, n.d.).

Diharapkan dengan beragam konten yang dimiliki oleh Suara.com, publik dapat memperoleh informasi yang lengkap, jernih, dan jelas, sejalan dengan motto “Tanpa Suara, Beda Artinya”. Selain itu, perusahaan juga berupaya mengembangkan inovasi digital guna menjangkau audiens yang lebih luas, menjadi referensi informasi yang relevan di tengah arus disinformasi, serta menghasilkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga inspiratif bagi masyarakat.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.2.1: Struktur Organisasi PT Arkadia Media Nusantara



Sumber: HRD Suara.com

Struktur organisasi PT Arkadia Media Nusantara menunjukkan pembagian kerja yang terarah untuk mendukung operasional perusahaan secara menyeluruh. Pada bagian puncak, Direktur berperan dalam mengkoordinasikan seluruh divisi agar berjalan selaras dengan tujuan perusahaan, sehingga setiap fungsi dapat saling terhubung dengan baik.

Secara umum, fokus utama perusahaan terbagi pada tiga aspek besar, yaitu produksi konten, pengembangan bisnis, dan dukungan operasional. Divisi seperti *Publishing* dan *Production* berfokus pada pembuatan konten kepada audiens, sehingga menjadi inti dari aktivitas perusahaan sebagai media digital. Di sisi lain, terdapat divisi yang berfokus pada pengembangan dan keberlanjutan bisnis,

seperti *Business Development* dan *Digital Business Development*. Kedua divisi ini bertugas mengelola strategi pendapatan serta memperluas jangkauan bisnis perusahaan, baik secara konvensional maupun digital.

Selain itu, terdapat pula divisi pendukung, seperti Teknologi dan Infrastruktur, *Community Development Partnership Program*, dan *Business Support* yang memastikan operasional perusahaan berjalan dengan lancar. Secara keseluruhan, struktur ini mencerminkan sistem kerja yang terintegrasi antara produksi konten, pengembangan bisnis, dan dukungan teknis serta administratif.

