

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Medcom.id merupakan anak perusahaan dari *Metro TV* di bawah naungan Media Group Network. *Medcom.id* merupakan media yang hadir untuk menyasar Generasi Z dan lepas dari *branding Metro TV* yang identik dengan berita-berita berat. *Medcom.id* hadir sebagai media yang berfokus untuk menyajikan informasi dan berita pada ruang digital seperti Website, Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, hingga X.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1 Sejarah Perusahaan

Media Group merupakan kelompok perusahaan media yang didirikan oleh Surya Paloh. Media pertama yang didirikan oleh Surya Paloh adalah surat kabar *Prioritas* pada 29 Juni 1987. Pada tahun yang sama, Surya Paloh mengakuisisi *Media Indonesia* yang kemudian berkembang menjadi salah satu media besar pada saat itu dan baru pada 25 November 2000, *Metro TV* resmi mengudara pertama kali. Sejak saat itu, *Media Group* terus berkembang dan menjadi salah satu kelompok perusahaan media terbesar di Indonesia.

Sebelum *Medcom.id* berdiri, terdapat portal berita online milik Media Group yang bernama *Metrotvnews.com*. Pada awalnya, *Metrotvnews.com* berfungsi sebagai platform digital yang memperluas distribusi berita dari *Metro TV* ke internet, sehingga seluruh konten pada *Metrotvnews.com* hanya menampilkan siaran program *Metro TV*. Barulah pada 25 November 2017, portal berita online bernama *Medcom.id* resmi diluncurkan dan menjadi sebuah entitas baru yang tidak terikat dengan konten dari *Metro TV*. Berdasarkan wawancara dengan Mohamad Mamduh Ikhwan, *Managing Editor Medcom.id* sekaligus supervisor penulis, *Medcom.id* didirikan untuk menyasar Generasi Z dengan menyajikan berita dan konten-konten yang lebih *youthful*.

Berdasarkan informasi dari situs *Medcom.id*, media online *Medcom.id* hadir dengan “jurnalisme lama”, yakni jurnalisme yang merujuk pada tugasnya sebagai penyaji kebenaran dengan niat lurus agar khalayak tercerahkan dan terberdayakan, di tengah tren media online yang berfokus pada traffic dan engagement. Seperti layaknya media online, *Medcom.id* hanya tersedia dalam berbagai format digital tanpa versi cetak. Tidak hanya tulisan artikel, tetapi juga berbagai format audio visual seperti video *talking head*, video liputan pendek, hingga *podcast*. Di samping artikel berita untuk menyampaikan berita dan informasi, *Medcom.id* juga memiliki beberapa program di media sosial seperti *FYI*, *Shindu's Scoop*, *Moviebuff*, *Z-Minded*, serta *live streaming* dari berbagai desk setiap harinya.

2.1.2 Logo Perusahaan

Logo merupakan elemen visual yang berfungsi sebagai identitas yang mencerminkan nilai dan karakter yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada publik. *Medcom.id* memiliki logo yang dilengkapi dengan tagline “*Muda Memberi Arti*” yang menggambarkan komitmennya dalam menyajikan informasi yang memiliki makna dan nilai bagi audiensnya.



Gambar 2.1 Logo *Medcom.id*

Logo *Medcom.id* terdiri dari dua unsur utama, yaitu *logotype* dan *logogram*. *Logotype* beruliskan “*Medcom.id*” yang menggunakan variasi warna melambangkan keberagaman serta akses yang luas terhadap informasi bagi masyarakat. Keberagaman warna juga merepresentasikan beragamnya perspektif dan topik pemberitaan yang dihadirkan *Medcom.id*.

Logogram pada logo *Medcom.id* berbentuk simbol burung elang yang juga merupakan simbol dari Media Group dan *Metro TV*. Elang dimaknai

sebagai lambang ketajaman, kewaspadaan, dan kecepatan dalam menyampaikan informasi. Aksan melengkung pada *logogram* melambangkan keakraban dan kedetakan dalam lingkungan *Medcom.id*.

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Dalam menjalankan aktivitasnya, visi dan misi menjadi penting bagi sebuah instansi atau perusahaan untuk menentukan arah pengembangan dan prinsip kerja perusahaan. Begitu juga dengan visi dan misi *Medcom.id* adalah sebagai berikut.

Visi:

Menghadirkan jurnalisme lama yang merujuk kembali ke akarnya: sebuah tugas mulia yang memburu kebenaran lalu menyajikannya kembali kepada pembaca dengan niat lurus agar khalayak tercerahkan dan terberdayakan.

Misi:

Memperkokoh seluruh standard dan nilai jurnalistik yang selama ini dikenal: mengedepankan rasa ingin tahu disertai skeptisisme, cek ricek dan verifikasi ulang, serta memperkokoh nilai-nilai dasar etika jurnalistik.

2.1.4 Nilai dan Budaya Perusahaan

Berjalan berdampingan dengan visi dan misi, terdapat nilai dan budaya perusahaan yang dipegang oleh *Medcom.id*. Lima nilai budaya itu disebut dengan “persaingan dalam harmoni” yang berbunyi:

1. Loyal, jujur dan berdedikasi tinggi.
2. Tulus, ikhlas, dan sabar.
3. Tegas, dan ramah.
4. Saling menolong, dan saling menghormati.

5. Adil dan manusiawi.

2.1.5 Data Umum Medcom.id

Nama Media: Medcom.id

Nama Perusahaan: PT Citra Multimedia Indonesia

Alamat : Jl Pilar Mas Raya Kav. A-D, Kedoya, Kebon Jeruk, Jakarta No.

Telp : +6221 – 5839 9117/5830 0077 ext. 11130

Email : redaksi@Medcom.id

Situs Web : www.Medcom.id

Media Sosial :

1. Instagram: @medcomid

2. X: @medcomid

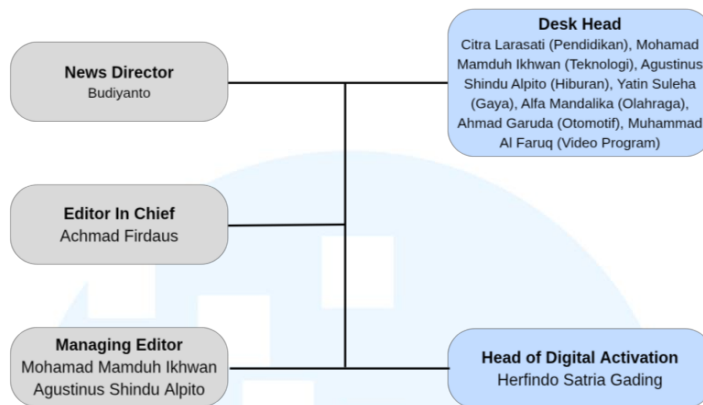
3. Facebook: Medcom ID

4. TikTok: @medcom_id

5. Youtube: medcom id

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi dalam sebuah perusahaan berperan sebagai kerangka yang mengatur pembagian peran, tanggung jawab, dan alur koordinasi antar divisi. Penulis telah merangkum dan merangkai struktur organisasi *Medcom.id* berdasarkan informasi yang didapatkan dari wawancara dengan Mohamad Mamduh Ikhwan. Berikut struktur susunan redaksi di *Medcom.id*.

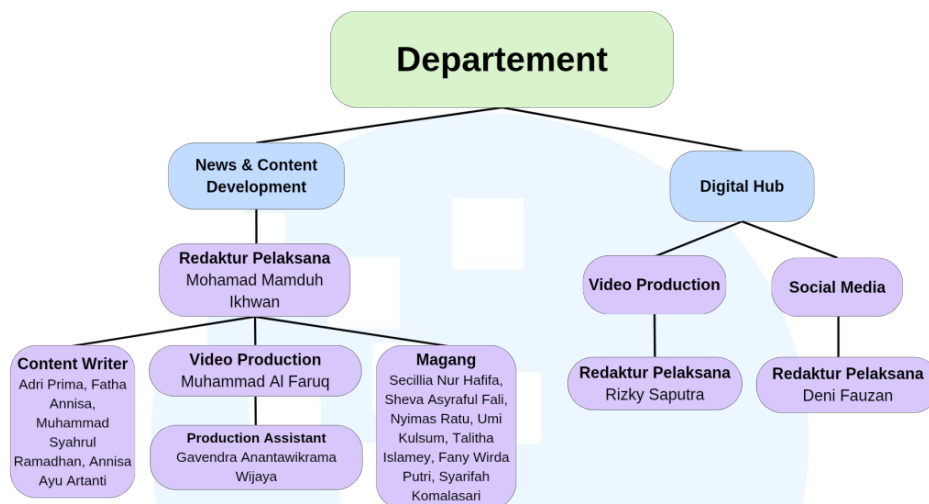


Gambar 2.2 Bagan Susunan Redaksi

Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan bagan pada Gambar 2.2 dapat diperhatikan susunan redaksi *Medcom.id* yang meliputi Budyanto sebagai News Director, Achmad Firdaus sebagai Editor in Chief, dan Mohamad Mamduh Ikhwan serta Agustinus Shindu Alpito sebagai Managing Editor.

Berkoordinasi dengan mereka, terdapat 7 *Desk Head* antara lain Citra Larasati (Pendidikan), Mohamad Mamduh Ikhwan (Teknologi), Agustinus Shindu Alpito (Hiburan), Yatin Suleha (Gaya), Alfa Mandalika (Olahraga), Ahmad Garuda (Otomotif), dan Muhammad Al Faruq (Video Program). Untuk meningkatkan audiens pada platform digital, terdapat Herfindo Satria Gading sebagai *Head of Digital Activation*.



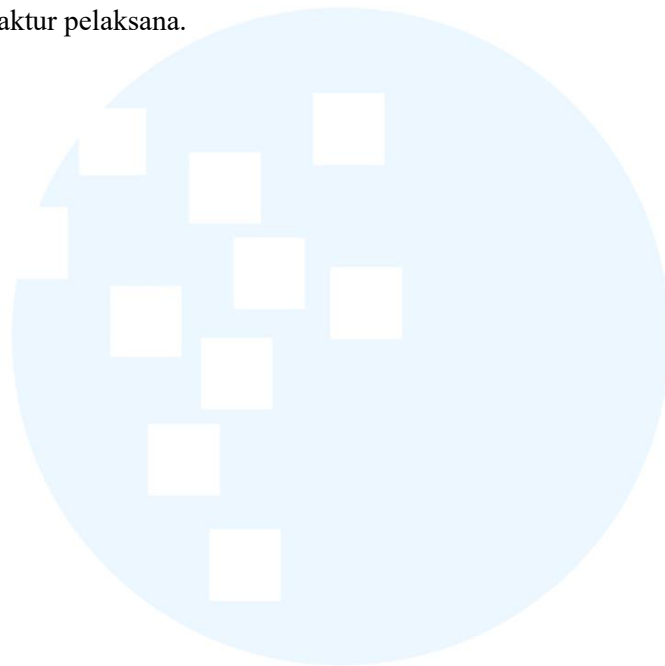
Gambar 2.3 Bagan *Departement*

Sumber: Olahan Penulis

Dalam memproduksi seluruh konten di *Medcom.id*, perusahaan dibagi menjadi dua departemen utama, yakni *News & Content Development* dan *Digital Hub*. *News & Content Development* bertanggung jawab dengan seluruh penginisasian konten dan menjadi sumber konten, sedangkan *Digital Hub* akan bertanggung jawab sebagai “pabrik konten” yang mengolah dan mengunggah konten dari *News & Content Development*.

News & Content Development dipimpin oleh Mohamad Mamduh Ikhwan selaku redaktur pelaksana. Berkoordinasi dengan redaktur pelaksana, terdapat *content writer* yang terdiri dari Adri Prima, Fatha Annisa, Muhammad Syahrul Ramadhan, dan Annisa Ayu Artanti. Selain itu, terdapat divisi *Video Production* yang dipimpin oleh Muhammad Al Faruq sebagai produser dan Gavendra Anantawikrama Wijaya (penulis) sebagai asisten produser. Departemen ini juga dibantu oleh sejumlah anggota magang antara lain Secillia Nur Hafifa, Sheva Asyraf Fali, Nyimas Ratu, Umi Kulsum, Talitha Islamey, Fany Wirda Putri, dan Syarifah Komalasari.

Pada *Digital Hub* dibagi menjadi dua divisi yaitu *video production* dan *social media*. Divisi *video production* dipimpin oleh Rizky Saputra selaku redaktur pelaksana dan divisi *social media* dipimpin oleh Deni Fauzan yang juga menjabat sebagai redaktur pelaksana.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA