

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

IDN Media adalah perusahaan media berbasis teknologi *multi-platform* konten terkemuka yang fokus pada audiens Generasi Milenial dan Gen Z di Indonesia. IDN Media didirikan oleh Winston Utomo dan William Utomo pada 8 Juni 2014 di Surabaya. Awal mula berdirinya IDN Media adalah ketika Winston Utomo masih bekerja sebagai Account Specialist pada perusahaan Google di Singapore, Winston menulis sebuah artikel dan ternyata artikel tersebut sempat viral di media sosial. Dari situlah, Founder sekaligus CEO IDN Media melihat adanya peluang untuk membuat konten khusus bagi generasi Milenial dan generasi Z. Setelah memutuskan keluar dari perusahaan Google, Winston menggandeng adiknya, William Utomo untuk mendirikan IDN Media. Winston yakin bahwa apa yang akan dilakukannya dapat memberikan banyak manfaat pada masyarakat, khususnya pada generasi Milenial dan generasi Z di Indonesia.

Winston Utomo dan William Utomo sepakat membuat visi untuk IDN Media adalah mendemokratisasikan akses terhadap informasi yang akurat, seimbang, bermanfaat, dan positif dan pada akhirnya, menjadi suara Milenial dan Gen Z di Indonesia dan membawa dampak positif pada masyarakat (IDN Media, 2020). Founder sekaligus CEO IDN Media percaya bahwa konten seluler, *multi-platform*, dan interaktif adalah suatu hal besar untuk saat ini. Sebagian pembaca mengakses konten melalui seluler, karena hal itu IDN Media telah berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, Winston dan William mengalihkan fokus internal, termasuk editorial dan teknologi menjadi perusahaan seluler pertama.

Menurut Winston dan William, untuk era saat ini sudah tidak bisa lagi mengandalkan hanya satu *platform* dalam situs web maupun aplikasi untuk menarik para pembaca. Justru media yang harus beradaptasi dan membuat konten di *platform* yang disukai pembaca. Maka dari itu, IDN Media tidak hanya *online*, namun juga hadir secara *offline*. Selain itu, IDN Media juga interaktif atau jalan secara dua arah, yakni melibatkan para pembaca membuat pembaca berinteraksi secara aktif dengan berbagai konten yang disediakan.

IDN Media memiliki delapan nilai yang diyakini, antara lain kesetaraan gender, persatuan dalam berbagai ras dan etnis, persatuan dalam berbagai agama, persatuan dalam pandangan dunia yang berbeda, anti pelecehan seksual, anti-intimidasi, anti-stereotyping, dan mendefinisikan ulang keindahan (IDN Media, 2020).

Winston dan William sangat mengutamakan kepuasan para pelanggannya, mereka berupaya untuk membuat pelanggan lebih bahagia dan lebih puas. Adapun pelanggan di IDN Media adalah Timmy, Audiens atau Pembaca, Clients atau Advertise, Investors, dan Partners (IDN Media, 2020). Mereka juga menekankan bahwa harus selalu rendah hati dan menunjukkan kerendahan hati kepada orang lain.

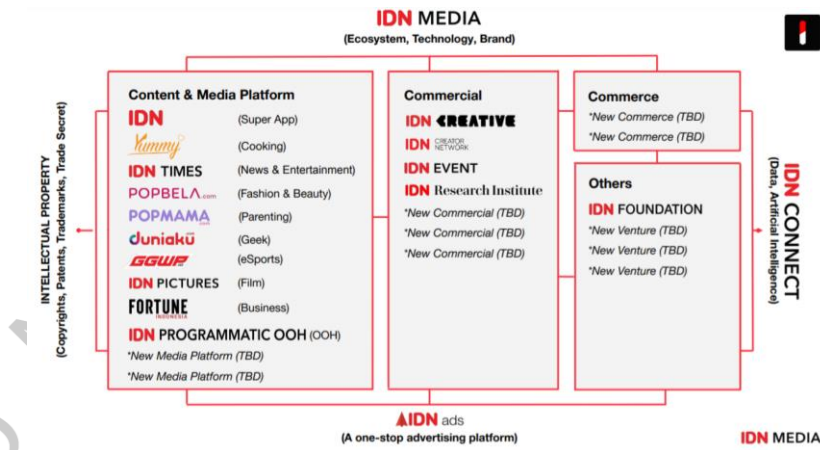
Saat ini IDN Media telah mengelola empat media digital yaitu, IDN Times, Popbela.com, Popmama.com, dan Yummy. Kemudian, IDN Media juga mengoperasikan agensi digital kreatif yang diberi nama IDN Creative. Terdapat juga IDN Event yaitu untuk membuat sebuah acara inovatif bagi Generasi Milenial dan Gen Z, dan terakhir IDN Creator Network yaitu sebuah agen pemasaran pembuat konten. Pada tahun 2019, IDN Media telah mengakuisisi dua perusahaan media yakni GGWP.ID untuk konten olahraga dan elektronik, serta Duniaku.com yang berfokus dalam konten *geek culture*. Selanjutnya, terdapat juga IDN Pictures dengan mengakuisisi perusahaan film Demi Istri Production.

Dari tahun ke tahun, IDN Media terus meluncurkan inovasi terbaru untuk bisnisnya agar terus berkembang dan semakin dikenal oleh orang banyak. Bermula hanya dua orang, IDN Media kini telah memiliki tim lebih dari 250 Timmys (Karyawan) dan yang tadinya hanya kurang dari 100 pembaca perbulan, sekarang IDN Media sudah memiliki lebih dari 50 juta pembaca setiap bulannya.

Salah satu media digital yang menjadi kesuksesan IDN Media adalah Popmama.com. Popmama adalah sebuah media *online* yang fokus terhadap informasi tentang *parenting* untuk Millennial Mama di Indonesia. Popmama diluncurkan pada 18 Februari 2018 oleh IDN Media yang memiliki tagline “A Parenting Guide for Millennial Mama” dengan target audiens Millennial Mama berusia 25-35 tahun dan status ekonomi sosial dari A-C (Popmama.com, 2021). Sandra Ratnasari selaku Pemimpin Redaksi Popmama dan Winston Utomo sangat yakin bahwa Popmama.com dapat memenuhi kebutuhan para mama muda yang membutuhkan informasi terpercaya, terkini, dan teraktual serta menjadikan mereka sebagai orangtua yang baik. Popmama menyajikan informasi-informasi

seputar kehamilan, tumbuh kembang bayi, *lifestyle, fashion & beauty*, serta konten edukatif untuk anak yang berusia 12 tahun.

2.2 Struktur Organisasi IDN Media



Gambar 2.1 Struktur Organisasi IDN Media

Sumber: Company Profile IDN Media

IDN Media memiliki berbagai macam unit bisnis yang dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu *content & media platform*, *commercial*, *commerce*, dan lainnya. Adapun *content & media platform* terdiri dari IDN App, Yummy, IDN Times, Popbela.com, Popmama.com, Duniaku, GGWP, IDN Pictures, Fortune, IDN Proggmatic OOH (*platform* iklan luar ruangan yang terkoneksi dengan internet). Untuk *commercial* terdiri dari IDN Creative, IDN Creator Network, IDN Event, IDN Research Institute. Terakhir, terdapat juga IDN Foundation (organisasi sosial nirlaba untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat).

Untuk kerja profesi di IDN Media, praktikan ditempatkan di Popmama.com. Popmama.com merupakan portal berita yang memberikan informasi tentang *parenting*, kemudian media *online* yang menyajikan konten *worth-sharing* yang trending dan relevan untuk Millennial Mama di Indonesia. Popmama.com juga memiliki lebih dari 8 juta pengguna aktif bulanan di setiap bulannya. Visi dari Popmama.com adalah menjadi media *online* yang paling mengerti kebutuhan Millennial Mama dalam menjalani kehidupannya sebagai orangtua (Popmama.com, 2021).



Gambar 2.2 Logo Popmama.com
Sumber: Popmama.com

Melihat logo Popmama.com, telah didominasi oleh warna ungu. Warna ungu merupakan perpaduan antara warna biru dan warna merah. Adapun warna biru mengartikan sebagai laki-laki dan warna merah sebagai perempuan. Kemudian, warna ungu juga selalu menggambarkan keanggunan, kekuatan, unik, elegan, misterius, dan penuh imajinasi. Filosofi warna itu menggambarkan kehidupan seorang perempuan sebagai Mama karena dibutuhkan kekuatan, keanggunan, sekaligus imajinasi untuk membuat kehidupan keluarganya menjadi terbaik dan bahagia.

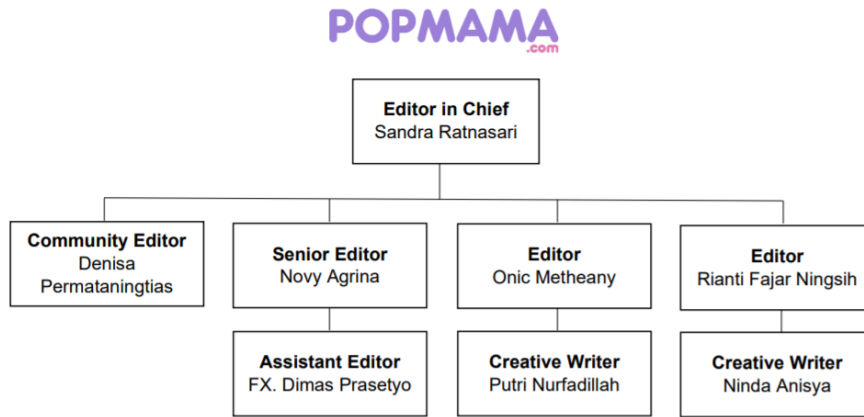
Font logo Popmama.com merupakan perpaduan antara bentuk tajam yang tegas dan bulat yang lembut. Font tersebut memberikan makna untuk menggambarkan kehidupan Mama yang harus memadukan ketegasan dan kelembutan di dalam keluarga.

Winston Utomo telah mengumumkan bahwa Popmama.com resmi menjadi *media digital parenting* no. 1 di Indonesia berdasarkan data Comscore terakhir dengan pengguna situs web unik bulanan tertinggi. Popmama.com telah melakukan survey internal pada ibu yang berusia 25-34 tahun dan hasilnya 88% dari mereka menjadikan internet dan media digital sebagai sumber informasi *parenting* terbaik (Agrina, 2019).

Popmama.com menyajikan berita terhits tentang mama dari seluruh dunia, informasi mengenai dunia *parenting*, dan berbagai saran dari para pakar yang kompeten di bidangnya. Konten kreatif yang disajikan memiliki sudut pandang dan cara penyajian yang berbeda dari media konvensional serta menggunakan banyak video, visual, humor, dan list di dalam penulisan artikelnya (Popmama.com, 2021).

Di setiap tahunnya, Popmama.com selalu mengadakan acara signature bernama Popmama Parenting Academy yaitu sebuah acara untuk orangtua Milenial, khususnya Millennial Mama, di mana mereka dapat menemukan pengetahuan orangtua yang benar dan akurat. Kemudian, Popmama.com juga memiliki acara-acara menarik lainnya untuk menarik para pembacanya.

2.2.1 Struktur Organisasi Divisi Editorial Popmama.com



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Editorial Popmama.com
Sumber: Media Kit Popmama.com

Divisi Editorial adalah divisi yang bertanggung jawab dengan semua isi konten dari Popmama.com. Divisi tersebut yang menyunting atau mengedit setiap artikel yang akan disajikan untuk khalayak. Selain itu, Divisi Editorial juga bertanggung jawab dalam seluruh kegiatan Popmama.com. Divisi Editorial Popmama.com terdiri dari:

- a) *Editor in Chief* atau pemimpin redaksi adalah kepala utama yang memimpin divisi sekaligus memiliki tanggung jawab akhir dalam setiap keputusan atau kebijakan. Kemudian, pemimpin redaksi juga memiliki wewenang untuk memberi tugas kepada setiap staffnya. Selain itu, pemimpin redaksi memiliki tugas untuk menyusun strategi bersama para staffnya untuk perkembangan Popmama.com dari segi isi konten, bisnis, branding, dan target audiens.
- b) *Senior Editor* adalah wakil dari pemimpin redaksi (*Editor in Chief*) yang bertanggung jawab dan mengawasi segala proses pembuatan konten serta mengelola editor junior. *Senior Editor* bersama tim editorial lainnya membantu mengoreksi penulisan seperti kalimat yang digunakan, ejaan sesuai dengan PUEBI, dan peletakkan tanda baca. Lalu, senior editor juga bertanggung jawab dalam kualitas konten yang dibuat oleh tim editorial.
- c) *Community Editor* adalah bagian yang mengelola para komunitas Popmama yang berada di dalam *group* WhatsApp maupun di website Popmama Community. Kemudian, mengembangkan komunitas Popmama.com. Dalam

mengembangkan komunitas, jumlah user dan tingkat engagement memang penting, namun memastikan komunitas yang kita bangun bisa memberi manfaat bagi anggotanya merupakan sebuah tujuan utama yang menjadi komitmen Popmama.com.

- d) *Editor* adalah bagian yang bertanggung jawab terhadap isi konten atau artikel yang akan dimuat di website Popmama.com. Editor akan mengedit artikel dan mengunggah berita ke dalam website. Editor juga mengarahkan *creative writer* dalam artikel yang akan dibuatnya, seperti *angle* penulisan, dan format penulisan. Kemudian, Editor akan membantu dalam topik artikel yang akan diangkat oleh *creative writer*.
- e) *Assistant Editor* adalah bagian yang membantu senior editor serta para editor lain dalam mengedit setiap artikel yang akan dimuat di website Popmama.com. Assistant editor akan membantu para editor untuk memberikan topik artikel bagi para *creative writer*.
- f) *Creative writer* atau *content writer* adalah bagian yang menuliskan seluruh artikel atau berita sesuai kanal pada Popmama.com. Untuk menulis artikel, *creative writer* harus mengikuti SOP yang sudah ditetapkan, teknik penulisan yang baik, dan selalu berkoordinasi dengan para editor.

Selama di Popmama.com, praktikan berada di bawah pengawasan dan pembinaan Divisi Editorial. Adapun posisi praktikan berada di bawah Creative Writer yaitu sebagai *Internship Creative Writer*. Selama Kerja Profesi, praktikan juga diberikan satu orang pendamping sebagai pembimbing kerja yaitu Editor bernama Rianti Fajar Ningsih.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Popmama.com adalah media *parenting* no.1 di Indonesia yang menyajikan berita seputar kehamilan, tumbuh kembang bayi, sumber edukasi untuk anak-anak sampai usia 12 tahun, *lifestyle*, serta *fashion & beauty* untuk para Millennial Mama. Popmama.com juga menekankan komunikasi dan *feedback* terus-menerus dengan pembaca agar tetap berinteraksi aktif dan merasa lebih dekat seperti yang telah dikatakan oleh Winston Utomo. Salah satu caranya yaitu dengan membuat konten yang menarik di Instagram, membuat kelas yang bernama Popmama Online Class, Popmama Talk, dan WhatsApp Group Community. Dari ketiga cara

tersebut, Popmama berusaha untuk tetap dapat lebih dekat dengan para pengikutnya.

Popmama menyajikan berita setiap harinya yang dapat dinikmati oleh pembaca di setiap waktu. Berita tersebut pastinya terkini dan edukatif, sehingga para pembaca akan menemukan pengetahuan baru dari setiap artikel yang diunggah. Selain itu, Popmama juga memiliki acara spesial setiap bulannya atau disebut dengan Special Editorial yang tertera dalam Editorial Calendar. Salah satunya terdapat di bulan Oktober dengan nama acara Parenting Academy (POPAC) dan Millennial Mama of The Month yakni program bulanan di website Popmama.com yang bekerja sama dengan para selebritas ibu perempuan yang memiliki inspirasi tentang *parenting*, kesehatan, dan kepribadian yang positif.



