



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Kompas Gramedia adalah salah satu perusahaan media dan informasi terbesar di Indonesia dengan lebih dari 22.000 karyawan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Kompas Gramedia juga telah melakukan pengembangan bisnis yang lebih luas, sehingga saat ini Kompas Gramedia tidak hanya berfokus pada bidang media, tetapi juga pada pilar bisnis lainnya.



Gambar 2.1. Gedung Kompas Gramedia Palmerah Selatan
(sumber: EPCON, 2012)

Kompas Gramedia lahir pada tahun 1963 melalui terbitnya majalah Intisari pada tanggal 17 Agustus 1963 oleh Petrus Kanisius Ojong dan Jakob Oetama bersama dengan J. Adisubrata dan Irawati SH. Beberapa tahun kemudian yaitu pada tanggal 28 Juni 1965, terbitlah surat kabar Harian Kompas. Surat kabar ini bertujuan untuk melawan pers komunis pada saat itu. Nama Kompas sendiri merupakan nama pemberian dari Ir. Soekarno yang diharapkan mampu memberikan arahan di jalan yang benar. Pada mulanya surat kabar ini hanya diterbitkan empat kali seminggu dengan delapan halaman, namun hanya dengan

kurun waktu kurang lebih dua tahun, surat kabar ini berkembang menjadi surat kabar harian nasional.

Dengan perkembangan bisnis yang luar biasa dan semangat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, PK Ojong & Jakob Oetama mulai memperluas sayap bisnis mereka. Pada 2 Februari 1970, PK Ojong & Jakob Oetama mendirikan Toko Buku Gramedia pertama. Setelah sukses dengan Toko Buku Gramedia, mereka membuat Percetakan Gramedia, Stasiun Radio Sonora, dan Gramedia Pusataka Utama. Kompas Gramedia juga mencoba memperluas bisnis mereka di luar bisnis media dan informasi, seperti perhotelan, manufaktur, pendidikan, *event & venue*, serta properti. Dalam setiap pilar bisnis, Kompas Gramedia memiliki beberapa *brand* yang memiliki fungsi tersendiri dan saling melengkapi pilar bisnis lainnya serta mewujudkan visi misinya. Menurut sumber resmi perusahaan, kini Kompas Gramedia telah memiliki lebih dari 200 jaringan usaha yang tersebar di seluruh Asia Tenggara.

Visi misi Kompas Gramedia yaitu menjadi perusahaan terbesar, terbaik, terpadu, dan tersebar di Asia Tenggara melalui upaya berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat yang terdidik, tercerahkan, penuh hormat dalam keanekaragaman dan kemakmuran yang adil sejahtera. Dengan visi misi ini Kompas Gramedia senantiasa menanamkan nilai-nilai kemanusiaan dan integritas kepada seluruh karyawan yang tertuang dalam 5C yaitu: *Caring, Credible, Competent, Competitive* dan *Customer Delight*.

2.1.1. Logo Perusahaan

Logo Kompas Gramedia terdiri dari *logogram* dan *logotype*. *Logogram* dari Kompas Gramedia terdiri dari simbol lingkaran yang melambangkan bola dunia dengan huruf KG sebagai inisial dari Kompas Gramedia. Inisial KG yang menyelimuti lingkaran tersebut menggambarkan jalur informasi yang mencapai berbagai belahan dunia melalui berbagai media (*multimedia, multichannel, multiplatform*). Inisial KG dibuat secara khusus untuk memberikan unsur dinamisme dari perusahaan dan pergerakan arus informasi yang cepat. Sedangkan *logotype* dari Kompas Gramedia menggunakan *font PoynterOS Display Semibold*

yang diharapkan akan menjadi sebuah perusahaan yang memiliki karakter dinamis dan kuat, serta menampilkan unsur profesionalisme yang modern.



Gambar 2.2. Logo Kompas Gramedia

(Sumber: Data Perusahaan, 2018)

2.1.2. Kompas Gramedia University

Kompas Gramedia memiliki visi untuk menjadi perusahaan terbesar, terbaik, terpadu, dan tersebar di Asia Tenggara melalui upaya berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat yang terdidik, tercerahkan, penuh hormat dalam keanekaragaman dan kemakmuran yang adil sejahtera. Sedangkan visi dari *Corporate Human Resource* Kompas Gramedia adalah menjadi *strategic business partner* bagi korporat dan unit bisnis dibawahnya untuk bersaing di pasar global dan merespons aktivitas pengembangan korporat dan unit Bisnis. Sementara misinya adalah memantau dan memastikan organisasi yang efektif dengan dukungan sumber daya manusia yang kompeten, andal, dan unggul. Visi misi inilah yang menjadi cikal bakal lahirnya Kompas Gramedia University

Kompas Gramedia University (KGU) adalah salah satu proyek yang berawal dari inisiatif tim *HR Development* (bagian dari divisi *HR Expertise*), untuk merealisasikan visi misinya. Pada mulanya KGU ini bernama Kompas Gramedia *Corporate University*, namun pada tahun 2017 nama tersebut berubah menjadi Kompas Gramedia University. KGU bertujuan sebagai sarana yang dapat menumbuhkan sebuah *learning culture* bagi seluruh karyawan Kompas Gramedia. Di harapkan seluruh karyawan Kompas Gramedia mampu memperluas wawasan dan saling berbagi ilmu melalui sarana ini.

Hasil produk dari KGU tersebut tertuang dalam suatu wadah yaitu Kognisi. Kognisi adalah platform pembelajaran secara *online* untuk memudahkan para karyawan dalam belajar secara mandiri dan berbagi ilmu apapun, kapanpun dan

dimanapun. Kognisi terdiri dari tiga bagian, yaitu *In-Class training*, Video, dan *Podcast*. Kognisi juga memiliki berbagai konten yang terbagi menjadi lima tema besar, yaitu *Leadership*, *Digital Transformation*, *Soft Competency*, *Media Academy*, dan *Trivial and Technical Competencies*. Kognisi dapat di akses melalui www.learning.kompasgramedia.com.

Saat ini Kognisi berfokus untuk mendapatkan perhatian dan *awareness* karyawan Kompas Gramedia melalui berbagai kegiatan aktivasi dan promosi secara *offline* dan *online*.

2.1.3. Logo Kompas Gramedia University

Logo Kompas Gramedia *University* terdiri dari *logotype* dan *logogram*. Logo tersebut melambangkan pengetahuan dalam simbol Yunani, yaitu KGU menyediakan metode pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan bagi karyawannya di setiap lapisan. Selain itu, bentuk logo yang berputar menggambarkan KGU senantiasa memberikan materi pembelajaran yang berkesinambungan dan mampu memberikan peningkatan. Hal tersebut juga tercermin melalui warnanya yang didominasi dengan biru, yang menggambarkan bahwa KGU senantiasa mendorong pembelajaran dan peningkatan kecerdasan, integritas, dan dapat dipercaya.



Gambar 2.3. Logo Kompas Gramedia *University*

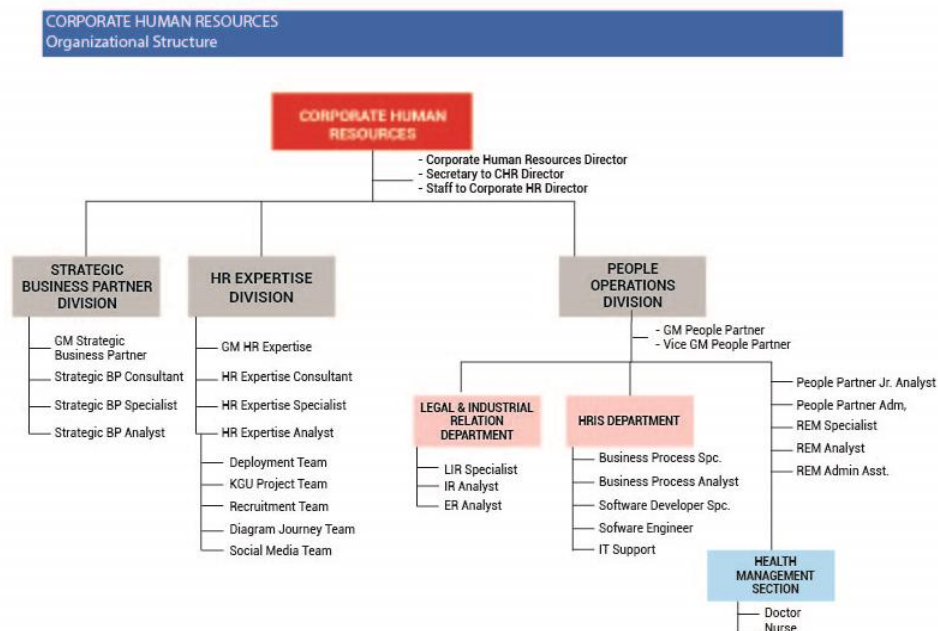
(Sumber: Data Perusahaan, 2019)

Dengan filosofi ini, KGU diharapkan bisa menjadi metode pembelajaran mandiri yang bisa menjadi salah satu wadah pengembangan karyawan secara terus-menerus dengan materi yang dapat dipercaya.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Kompas Gramedia dibagi menjadi tiga elemen besar, yaitu unit fungsional, unit bisnis, dan unit bisnis grup. Unit fungsional sendiri terletak di tingkat perusahaan. Unit fungsional memiliki fungsi mengatur dan memantau seluruh bisnis di Kompas Gramedia sehingga bisnis ini sejalan dengan visi misi melalui standar-standarnya. Selain itu, unit fungsional juga berfungsi sebagai mitra bisnis bagi anak perusahaanya.

Penulis ditempatkan dalam salah satu unit fungsional Kompas Gramedia, yaitu *Corporate Human Resource (CHR)*, divisi *HR Expertise*. Unit ini bertugas dalam menjalankan dan mengembangkan seluruh sumber daya manusia dan organisasi yang ada di Kompas Gramedia melalui sistem pengelolaan untuk mendorong tingkat produktivitas dan budaya kerja yang kondusif. *Corporate Human Resource (CHR)* Kompas Gramedia dipimpin oleh B. Sigit Suryanto selaku CHR Director. Berikut adalah struktur organisasi dalam *Corporate Human Resources Kompas Gramedia*.



Gambar 2.4. Struktur Organisasi *CHR* Kompas Gramedia

(Sumber: Data Perusahaan, 2019)

Berdasarkan bagan struktur organisasi, CHR memiliki tiga divisi besar, yaitu divisi *Strategic Business Partner*, divisi *HR Expertise*, dan divisi *People Operations*. Setiap divisi memiliki fungsi dan tujuannya masing-masing. Divisi *Strategic Business Partner* berperan sebagai *customer value creation* setiap unit bisnis kepada *customer*, membuat dan mengembangkan sistem seefektif mungkin untuk bisnis yang ada di setiap unit, mengatur berbagai produk dan teknologi yang digunakan karyawan, dan mengatur rekrutmen yang ada di setiap unit. Sementara divisi *HR Expertise* berperan sebagai *Organic Consultant* Kompas Gramedia dengan memberikan *Strategic Leadership, Controlling Function, Capital Management, Capabilities Enabler, dan Corporate Identity*. Sedangkan, divisi *People Operations* berperan dalam mengurus administrasi dan pembayaran-pembayaran yang ada, seperti gaji, tunjangan, asuransi dan lain-lain.

Divisi *HR Expertise* dipimpin oleh Andera Lusi Anari yang berkedudukan sebagai *General Manager HR Expertise*. Dalam divisi ini memiliki lima tim yang terbagi menjadi Tim *Deployment*, Tim *KGU Project*, Tim *Recruitment*, Tim *Diagram Journey*, dan Tim Media Sosial (WWKG). Adapun penulis tergabung dalam Tim *KGU Project* sebagai *Creative Designer Intern* dan bertanggung jawab kepada Muhammad Irham Ramadhan, selaku *HR Expertise Analyst dan Video Producer*, serta *Creative Lead* yang memimpin seluruh bagian kreatif dan produksi.