

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil *Harian Kompas***

##### **2.1.1 Sejarah *Harian Kompas***

*Harian Kompas* adalah salah satu media yang sudah lama berdiri. Berdirinya *Harian Kompas* diawali dengan usulan Menteri Angkatan Darat, Letjen Achmad Yani kepada Drs. Frans Seda yang waktu itu menjabat sebagai Ketua Partai Katolik, agar partainya memiliki media pada tahun 1965. Kemudian Frans Seda menghubungi kedua rekannya yang dua tahun sebelumnya mendirikan majalah *Intisari*, yaitu Petrus Kanisius (PK) Ojong dan Jakob Oetama (Kelahiran Menyimpan Sejumlah Cerita, n.d., para. 1).

Edisi pertama *Kompas* terbit pada 28 Juni 1965 dengan 20 berita di halaman I, terbit empat halaman. Pada saat itu, koran yang terbit sebanyak 4.828 eksemplar dengan harga langganan Rp500,00 per bulan. Pada tanggal 20 Januari 1978 pukul 20.25 WIB, Letkol Anas Malik, Kepala Penerangan Laksusda Jaya, mengumumkan jika *Harian Kompas* dibredel bersamaan dengan tujuh media lainnya, yakni *Sinar Harapan*, *Merdeka*, *Pelita*, *The Indonesia Times*, *Sinar Pagi*, dan *Pos Sore*. Kemudian *Harian Kompas* kembali terbit pada 6 Februari 1978 (Kelahiran Menyimpan Sejumlah Cerita, n.d., paras. 4-6).

Pada Juli 2008, munculah *e-paper* sebagai format replika digital yang di unggah ke internet. Kemudian pada tanggal 2 Februari 2017, Munculah *Kompas.id* sebagai iterasi terbaru koran digital yang juga disisipkan berbagai fitur yang menarik (Kelahiran Menyimpan Sejumlah Cerita, n.d., paras. 14-19). Akhirnya pada Juni 2017, Departemen Media Sosial resmi dibentuk dan efektif bekerja pada Juli 2017 (C. Gandes, personal communication, September 29, 2020).

Gambar 2.1 Logo *Kompas.id*



Sumber: Kompasgramedia.com/brand

### 2.1.2 Nilai-nilai Harian Kompas

*Harian Kompas* sebagai lembaga pers bersifat umum dan terbuka. *Harian Kompas* juga menganut asas-asas dasar pers dengan selalu berada pada posisi kritis dan selalu berusaha menggunakan pendekatan dengan cara yang pantas. Terdapat nilai-nilai dalam bekerja di *Harian Kompas*, yaitu

1. Bekerja sesuai *passion* dan dapat memberikan manfaat untuk orang banyak.
2. Tidak mudah menyerah menghadapi tantangan dalam pekerjaan.
3. Berkomunikasi dengan baik demi mencapai tujuan yang diharapkan.
4. Jujur dan berintegritas.
5. Menjadi sosok pemimpin yang mampu mencetak pemimpin-pemimpin baru.
6. Berpihak pada yang lemah, kemanusiaan yang beriman dan persatuan bangsa.

Selain itu, terdapat pula 5C Kompas Gramedia sebagai nilai utama yang dianut oleh *Harian Kompas*, yaitu

1. *Caring*  
Setiap karyawan diharapkan memiliki kepedulian baik terhadap sesama karyawan, terhadap pekerjaan, dan kepada masyarakat sekitar.
2. *Credible*  
Setiap karyawan diharapkan untuk dapat dipercaya dan diandalkan sebagai pribadi yang berintegritas, sadar berorganisasi, dan memiliki loyalitas.

3. *Competent*

Setiap karyawan diharapkan memiliki kecakapan dan keterampilan di bidangnya, professional, produktif, dapat bekerja cerdas dan tuntas, serta dapat bekerja sama untuk mendapatkan hasil terbaik.

4. *Competitive*

Setiap karyawan diharapkan memiliki keinginan untuk menjadi yang terunggul, proaktif, kreatif, inovatif, dan bertindak cepat.

5. *Customer Delight*

Setiap karyawan diharapkan dapat memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan agar mereka merasa puas. Hal ini dapat berarti setiap karyawan berorientasi pada kepuasan pelanggan, mengantisipasi kebutuhan pelanggan, dan berusaha fleksibel demi pelanggan.

### **2.1.3 Data Umum Harian Kompas**

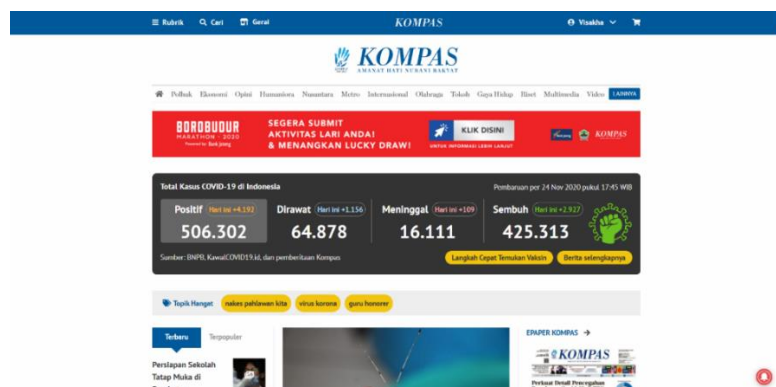
- Nama Perusahaan : PT Kompas Media Nusantara  
Nama Media : *Harian Kompas*  
Alamat : Menara Kompas, Jalan Palmerah Selatan  
21, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, Indonesia,  
10270  
No. Telp : +6221-5347710  
Website : *Kompas.id*  
Media Sosial :
1. Facebook
    - *Harian Kompas*
    - *Kompas Muda*
    - *Klasika*
    - *KompasData*
  2. Youtube
    - *Harian Kompas*
    - *Kompas Muda*
    - *Kompas Klasika*
    - *Kompas Data*

3. Instagram
  - @hariankompas
  - @kompasmuda
  - @kompasklasika
  - @kompasdata
4. Twitter
  - @hariankompas
  - @kompasmuda
  - @KompasKlasika
  - @KompasData

#### 2.1.4 Daftar Kanal Harian Kompas

*Harian Kompas* memiliki portal berita berbasis web yang beralamatkan *Kompas.id*. Dalam situs ini, konsumen harus berlangganan untuk melihat semua rubrik yang ada. Jika tidak, konsumen hanya dapat melihat beberapa konten berita saja. Saat membuka web ini, tampilan yang bisa dilihat adalah pilihan rubrik, pencaharian, daftar gerai kompas, iklan, beberapa berita *headline*, dan *e-paper Kompas*. Di bagian bawah web terdapat layanan pelanggan, alamat dan nomor telepon kantor, produk *Harian Kompas*, dan profil perusahaan.

Gambar 2.2 Tampilan Website *Kompas.id*



Sumber: *Kompas.id*

Berdasarkan tampilan yang dapat dilihat di *Kompas.id*, berikut adalah daftar pembagian rubrik atau kanal yang terlihat pada bagian menu pilihan rubrik.

Tabel 2.1 Daftar Rubrik / Kanal *Kompas.id*

Politik & Hukum	Pemilu
Ekonomi	Wirausaha
Opini	Artikel Opini
	Analisis Ekonomi
	Analisis Politik
	Kolom
	Tajuk Rencana
	Surat Pembaca
Humaniora	Dikbud
	Iptek
	Kesehatan
Riset	Survei
	Linimasa
	Kajian Data
Nusantara	
Metropolitan	
Internasional	
Tokoh	Sosok
	Wawancara
	Figur
	Nama & Peristiwa
Olahraga	
Gaya Hidup	Kendara
	Gawai
	Kuliner

	Mode
	Properti
Multimedia	Tutur Visual
	Infografik
Jelajah	
Video	Video Berita
	Program
	Dokumenter
	Siaran Langsung
Fotografi	Galeri Foto
	Foto Ceria
	Klinik Foto
Muda	
Hiburan	
Sastra	Cerpen
	Puisi
Buku	
English	
Perjalanan	
Di Balik Berita	
Arsip Kompas	

Sumber: Olahan Penulis

## 2.1.5 Struktur Departemen Media Sosial Harian Kompas

Gambar 2.3 Susunan Organisasi *Harian Kompas*



Sumber: Dokumen Departemen Media Sosial *Harian Kompas*

Dalam pelaksanaannya, atasan langsung dari *social media manager* Harian Kompas sebenarnya Pemimpin Redaksi, tetapi dalam koordinasinya dapat melalui redaktur pelaksana atau wakil redaktur pelaksana.

Gambar 2.4 Struktur Departemen Media Sosial *Harian Kompas*



Sumber: Dokumen Departemen Media Sosial *Harian Kompas*

Pada gambar bagan di atas, penulis membantu peran Jordy Prayoga selaku Social Media Designer untuk mengeksekusi konten kreatif (khususnya konten dengan format video) sesuai dengan arahan artistik dari *social media officer* dan atasan.

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Departemen Media Sosial

Departemen Media Sosial yang bekerja di *Harian Kompas*, memegang peranan yang penting untuk mengelola akun media sosial (Instagram, Youtube, Twitter, ataupun Facebook) milik *Harian Kompas*, *Kompas Muda*, *Kompas Data*, dan *Kompas Klasika*. Departemen ini setiap harinya merilis 20 konten untuk Twitter, 20 konten untuk Facebook, dan enam konten untuk Instagram.

Departemen Media Sosial *Harian Kompas* bersifat lintas unit. Dalam hal ini, Departemen Media Sosial merangkum berbagai kepentingan redaksi, bisnis (tim iklan: *sales* dan *marketing sales*, *event*, *brandcomm*, *marketing strategic*, *digital marketing*), litbang, PSDM/HRD. Departemen ini dibuat untuk tujuan peningkatan *traffic page view Kompas.id* melalui kanal media sosial dan pertumbuhan akun media sosial *Harian Kompas* agar dapat mendukung *brand activity* *Harian Kompas* di media sosial.

Sifatnya yang lintas ini membuat konten yang diunggah pada media sosial *Harian Kompas* tidak sepenuhnya adalah konten yang prosesnya dari awal dikerjakan oleh Departemen Media Sosial sendiri atau yang sering disebut konten produksi. Namun, ada pula konten yang dikemas ulang dari konten yang sebelumnya sudah dibuat dan disebar oleh redaksi atau yang sering disebut konten reproduksi.

Untuk membuat dua konten tersebut, departemen sosial media melakukan kerjasama tim, baik dengan sesama departemen sosial media ataupun dengan departemen lain untuk memasok bahan produksi. Kerjasama lintas departemen ini biasanya dilakukan pada saat membuat konten reproduksi, misalnya meminta foto, video, artikel, dan lainnya.