BAB II

GAMBARAN UMUM GRID NETWORK

2.1 Profil Grid Network

Evolusi teknologi komunikasi bersama dengan perubahan dalam teknik cetak menciptakan tuntutan dalam kreativitas dan inovasi yang semakin beragam. Gramedia Majalah telah menerbitkan lebih dari 1.100 majalah di 50 merek, menjadikan sebuah perusahaan media dengan pertumbuhan tercepat dan terbesar di Indonesia. Selama lebih dari 45 tahun, Gramedia Majalah telah menjalani keinginan dalam memberikan konten yang provokatif, inspiratif, dan tertarget yang menarik pembaca yang antusias dan mencerahkan orang-orang di seluruh segmen, lintas platform, dan lintas batas setiap hari.

Sejak tahun 2000, Gramedia Majalah telah mengembangkan kehadiran digital untuk menghadapi beragam evolusi teknologi dan audiens. Perusahaan menjangkau audiens yang sangat bertarget dengan cara yang sangat berbeda dan memberikan kampanye terintegrasi yang disesuaikan untuk semua merek dan platform untuk memenuhi kebutuhan audiens.

Pada tahun 2017, Gramedia Majalah berganti nama menjadi Grid Network. Yaitu sebuah media yang bertransformasi dari Gramedia Majalah yang seiring berkembangnya waktu berganti menjadi media digital. Grid Network terbagi menjadi 4 (empat) *publisher* yaitu *male*, *female*, otomotif, dan anak. Semua media-media digital pada Grid Network, mempunyai segementasi yang berbeda-beda sehingga dapat menjangkau beragam audiens dengan kajian pesan yang disukai.

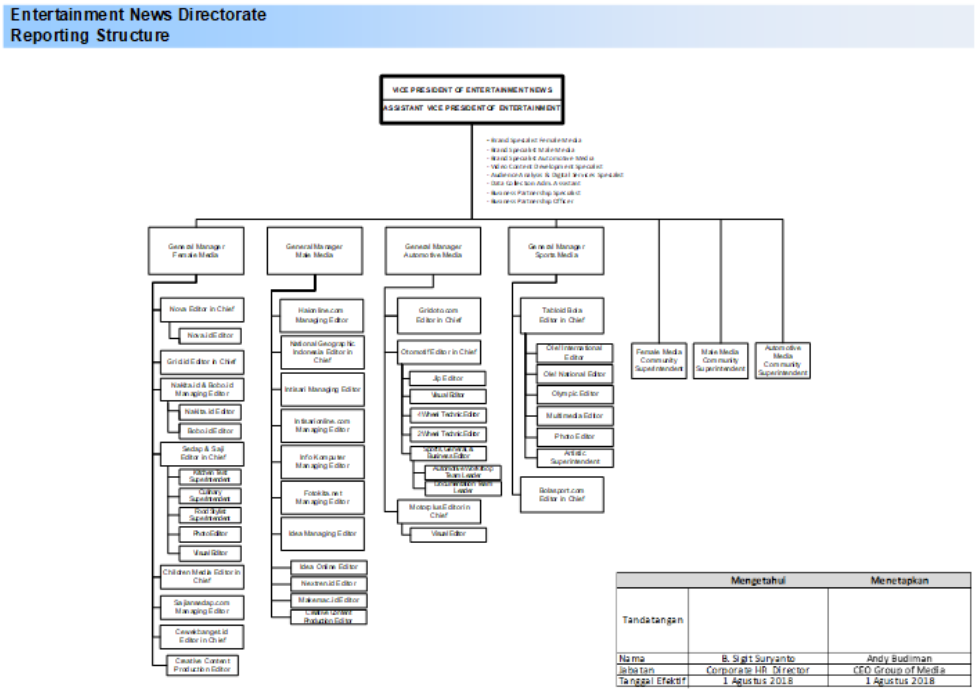
Dikutip dari HR Grid Network, visi dan misi dari Grid Network adalah menjadi kelompok usaha penyedia gagasan untuk kehidupan bangsa Indonesia yang lebih baik, terbesar, terdepan dan berkesinambungan, melalui penyediaan indromasi, produk, dan

layanan dalam bentuk beragam media serta industri yang inovatif. Menjalankan setiap upaya secara antusias, dinamis, dan menghargai keterbukaan dalam keberagaman.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Marketing Communication

Grid Network terbagi di dalam empat kategori yaitu *female media, male media, automotive media,* dan *sport media* yang di atasnya sudah didukung mulai dari *brand specialist* sampai *business partnership*. Berikut adalah struktur organisasi Grid Network secara umum:

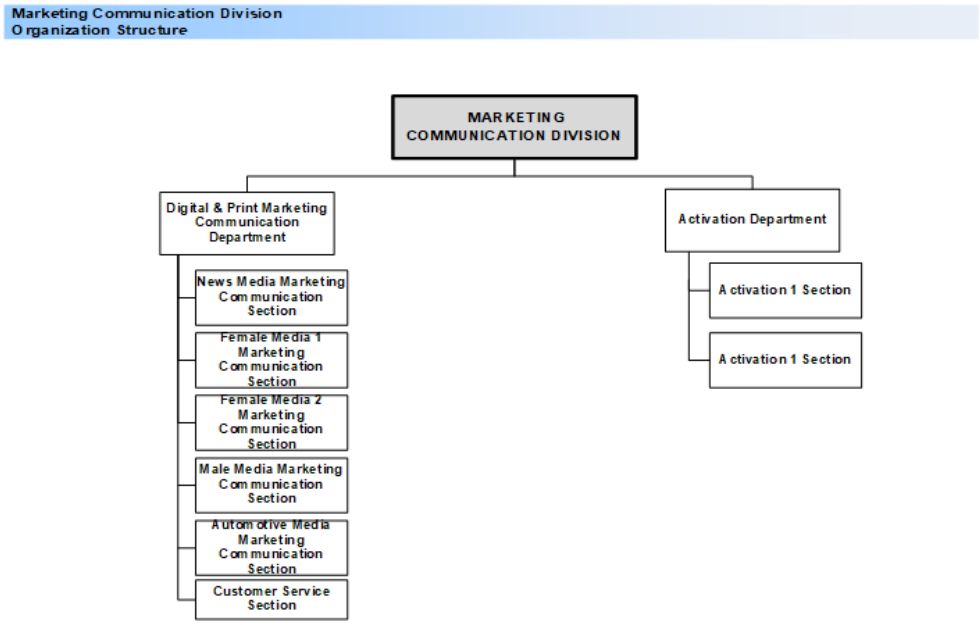
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi di Grid Network



Sumber: *HR Department* Grid Network

Kemudian, dari struktur organisasi diatas, terdapat juga struktur organisasi tempat saya melaksanakan kerja magang ini, yaitu di divisi *marketing communication*. Departemen *Marketing communication* Grid Network terbagi menjadi dua divisi yaitu:

Gambar 2. 2 Divisi Marketing Communication di Grid Network



Sumber: *HR Department* Grid Network

Dikutip melalui informasi yang diberikan oleh HR Grid Network, berikut beberapa penjelasan terkait gambar diatas:

1. Digital & Print Marketing Communication Departemen

Divisi ini mempunyai tugas untuk mempromosikan atau melakukan *branding* dengan menggunakan strategi komunikasi yang efektif terhadap media-media di digital dan print.

a) News Media Marketing Communication Section

Menganalisa kebutuhan konsumen, mengevaluasi perilaku pasar, menentukan strategi promosi dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif pada news media

b) Female Media Marketing Communication Section

Menganalisa kebutuhan konsumen, mengevaluasi perilaku pasar, menentukan strategi promosi dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif pada media-media *female* yang didedikasikan untuk para wanita.

c) Male Media Marketing Communication Section

Menganalisa kebutuhan konsumen, mengevaluasi perilaku pasar, menentukan strategi promosi dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif pada media-media *male* yang didedikasikan untuk para laki-laki.

d) Automotive Media Marketing Communication Section

Menganalisa kebutuhan konsumen, mengevaluasi perilaku pasar, menentukan strategi promosi dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif pada media-media otomotif yang didedikasikan untuk para audiens yang menyukai konten mesin-mesin dan kendaraan.

e) Customer Service Section

Menyampaikan kritik dan saran dari audiens, serta memberikan kepuasan hati kepada pelanggan yang akan mendukung tim *marketing communication* untuk terus menjaga serta membangun kemitraan dengan bisnis atau komunitas kecil

***2.* Activation Departement**

Bertugas untuk menjalankan strategi dan rencana yang sudah dipersiapkan oleh tim *marketing communication*, serta memastikan segala rencana berjalan dengan lancar.