



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 PROFIL PERUSAHAAN

Kompas Gramedia adalah perusahaan media pertama Indonesia yang didirikan pada 17 Agustus 1963 oleh Petrus Kanisius (PK) Ojong dan Jakob Oetama (JO). Kompas Gramedia berlokasi di Jl. Palmerah Selatan, Jakarta Pusat. Sebagai salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia, berdirinya Kompas Gramedia tidak terlepas dari sejarah panjang demi mewujudkan cita-cita mulia para pendiri. Tonggak perjalanan perusahaan berawal dari terbitnya majalah bulanan Intisari. Majalah Intisari bertujuan memberikan bacaan untuk membuka cakrawala bagi masyarakat Indonesia.

Gambar 2.1 Logo Perusahaan



Sumber: kompasgramedia.com

Hampir tiga tahun kemudian, tepatnya pada tanggal 28 Juni 1965 diterbitkan Surat Kabar KOMPAS, yang berawal dari ide menerbitkan koran untuk melawan pers komunis. Pada mulanya, KOMPAS terbit sebagai surat kabar mingguan dengan delapan halaman dan terbit empat kali seminggu. Hanya dalam kurun waktu dua tahun, KOMPAS berkembang menjadi surat kabar harian nasional.

Melihat perkembangan usaha yang sangat baik dan dengan semangat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembukaan lapangan kerja baru, PK Ojong mulai melakukan diversifikasi usaha. Pada 2 Februari 1970 didirikan Toko Buku Gramedia untuk memperkuat penyebaran produk dan menjual buku-buku yang berasal dari luar negeri. Toko Buku Gramedia ini pun kemudian berkembang dan

tersebar di lebih dari 40 kota Indonesia di bawah pengelolaan Group of Retail Business.

Pada awalnya harian KOMPAS dicetak di percetakan PT Keng Po. Seiring perkembangan oplah yang semakin meningkat, dan agar dapat menjamin KOMPAS dapat terbit pagi hari, dipandang perlu memiliki usaha percetakan sendiri. Pada tahun 1971, perusahaan mendirikan Percetakan Gramedia di Jalan Palmerah Selatan, yang mulai beroperasi pada Agustus 1972. Pada perkembangannya, site-site percetakan digabung dan dikelola oleh Group of Printing.

Hampir bersamaan dengan mulai beroperasinya Percetakan Gramedia, pada tahun yang sama didirikan unit bisnis Radio Sonora. Radio Sonora didirikan oleh para pendiri Kompas Gramedia untuk memberikan layanan informasi bagi masyarakat melalui media elektronik, selain melalui media tertulis juga. Radio Sonora mengembangkan jaringannya ke beberapa kota yang tersebar di Pulau Jawa, Bali, Sumatera, dan Kalimantan. Dengan pertumbuhan jaringan Radio Sonora yang semakin luas, maka pada 1 Desember 2012 unit Radio Sonora ditetapkan menjadi Group of Radio.

Dalam mengisi kekosongan bacaan khusus anak-anak, diterbitkan majalah anak Bobo pada 14 April 1973. Bobo merupakan majalah anak-anak pertama yang berwarna di Indonesia. Usaha di bidang majalah ini semakin berkembang dan merambah ke segmen remaja, wanita, pria, otomotif, pengetahuan, teknologi, dan umum yang semuanya tergabung dalam Group of Magazine.

Perusahaan juga melakukan diversifikasi usaha di luar *core business* dengan membangun unit bisnis perhotelan, yang dimulai dengan didirikannya PT. Grahawita Santika (PT GWS) pada 22 Agustus 1981. PT. GWS pertama kali membeli Hotel "Soeti" di Jl. Sumatera, Bandung, yang kemudian direnovasi dan diganti menjadi Hotel Santika Bandung hingga saat ini. Usaha di bidang perhotelan bertumbuh sangat pesat dan PT GWS atau Group of Hotel & Resort tumbuh menjadi sebuah kelompok bisnis

perhotelan yang memiliki beberapa brand yang mewakili setiap segmen dimulai dari *luxurious villas* hingga *budget hotels* bintang dua.

Perjalanan bisnis Kompas Gramedia tiba pada perkembangan tren di masyarakat yang menunjukkan fenomena meningkatkannya penggunaan jaringan internet untuk mendapatkan informasi, maka harian KOMPAS membuat versi online dari Harian KOMPAS cetak yang disebut Kompas Online dengan alamat www.kompas.com. Saat ini, Kompas Online sudah menjadi Kompas.com.

Pada 25 November 2005, Universitas Multimedia Nusantara (UMN) didirikan dan dikelola oleh Yayasan Media Informasi Kompas Gramedia. UMN merupakan sebuah lembaga perguruan tinggi dengan teknologi informasi dan komunikasi sebagai dasar dalam setiap proses belajar mengajar.

Sampai saat ini, Kompas Gramedia telah memiliki lebih dari 23.000 karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia. Selama 56 tahun berdiri, perusahaan ini telah memberikan kontribusi di dalam berbagai bidang kehidupan melalui tujuh pilar industri yang dimiliki, yaitu, *Media, Retail&Publishing, Property, Hospitality, Manufacture, Education, dan Event&Venue*. Selain itu, Kompas Gramedia juga telah berkembang dengan membangun 11 *startup*.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Dengan semakin berkembangnya lini bisnis Kompas Gramedia, pada tahun 2006 dilakukan Rapat Kerja Pimpinan untuk membahas perencanaan jangka panjang perusahaan. Dalam rapat tersebut dihasilkan Visi Misi Kompas Gramedia 2020, nilai- Yunani yaitu ISOS yang berarti sama. Penetapan istilah ISO dimaksudkan sebagai standar nilai perusahaan yang didefinisikan menjadi Lima Keutamaan (5C) dan roadmap tahapan transformasi menuju perusahaan berkelas dunia.

Visi Misi Kompas Gramedia 2020 adalah menjadi Perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu, dan tersebar di Asia Tenggara melalui usaha

berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan, dan adil sejahtera.

2.1.2 Nilai Keutamaan Perusahaan

Nilai keutamaan perusahaan terdiri dari lima sifat yang dikenal dengan 5C (Caring, Credible, Competent, Competitive, Customer Delight) dan ditetapkan sebagai pedoman perilaku karyawan dalam berpikir, bersikap, dan bertindak.

Gambar 2.2 Logo Nilai Keutamaan Perusahaan



Sumber: Google

1. *Caring* (peduli terhadap sesama)

Caring digambarkan dengan bentuk ruangan yang secara visual terlihat seperti bentuk hati. Hal ini untuk menegaskan bahwa *caring* adalah hal yang nyata dan terjadi di dalam tiap ruang-ruang Kompas. “*To Care*” berasal dari lubuk hati yang terdalam, dilakukan dengan ikhlas demi kebaikan bersama. Ruangan yang terlihat seperti hati ini juga menandakan bahwa selalu masi ada ruang hati kami untk Anda.

2. *Credible* (dapat dipercaya & diandalkan)

Credible digambarkan dengan siluet ruangan yang memiliki pintu terbuka dan saling berhubungan. Kredibilitas ingin mengajak Anda masuk dan berkeliling di dalam ruang-ruang itu, melihat apa yang terjadi dan bagaimana keadaannya. Kompas Gramedia tidak takut untuk jujur, transparan, dan terlihat apa adanya, sehingga seluruh kegiatan staff dan karyawan Kompas Gramedia dapat dipertanggungjawabkan.

3. *Competent* (cakap & terampil di bidangnya)

Competent digambarkan dengan siluet balok yang bertumpuk menyerupai sebuah gedung bertingkat. Menandakan bahwa Kompas

Gramedia dengan seluruh pengalamannya memiliki citra dan kompetensi seperti sebuah gedung pencakar langit yang menjulang di antara bangunan lainnya. Ia berdiri kokoh menjadi panutan yang lain, orang-orang menghormatinya oleh karena prestasi yang telah dihasilkannya.

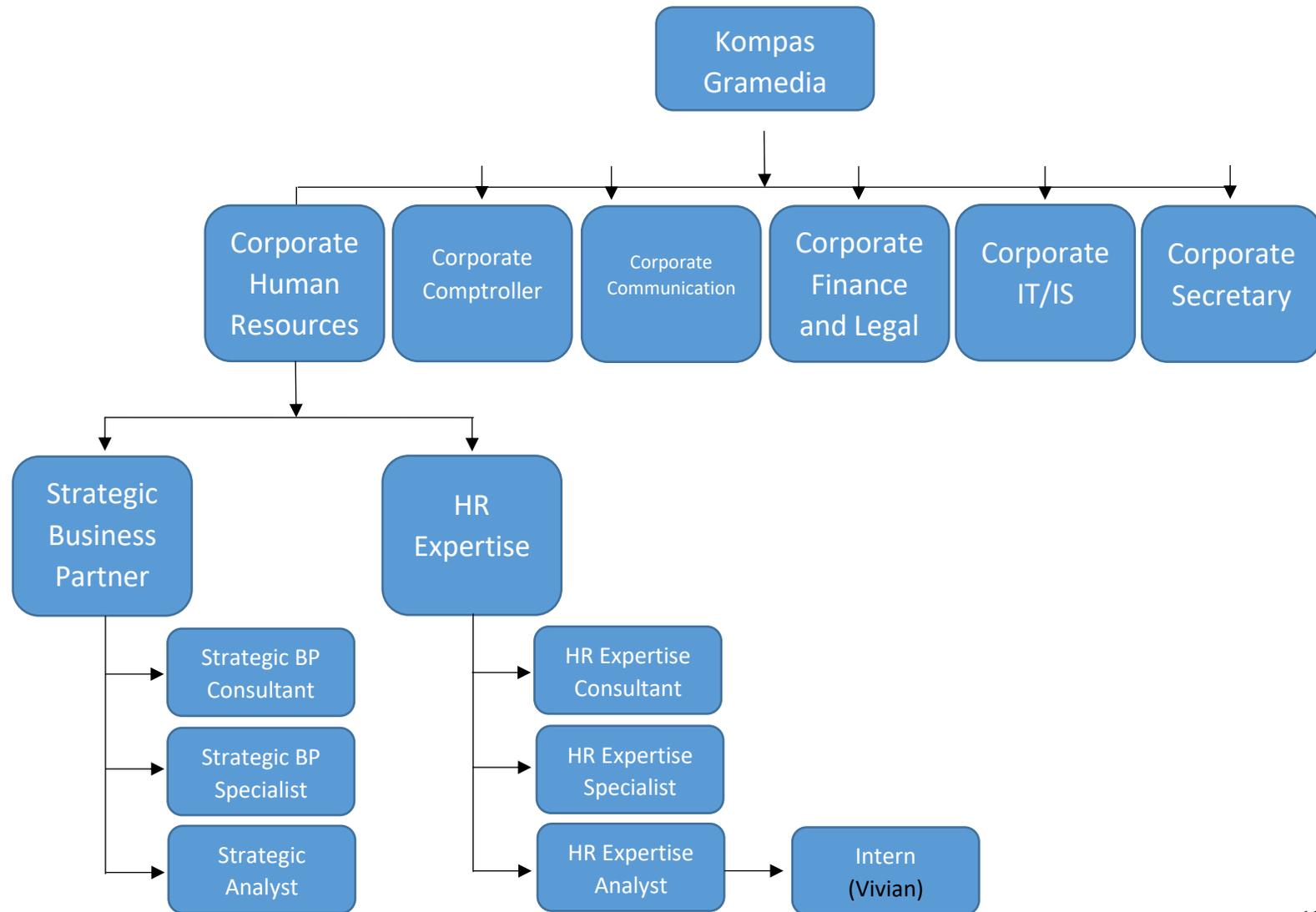
4. *Competitive* (menjadi yang terunggul)

Competitive digambarkan dengan siluet podium. Sebuah podium adalah tempat terhormat yang ada dalam suatu perlombaan, di mana para peserta yang terbaik, mengambil tempat berdiri di atasnya. Seperti dalam perlombaan, Kompas Gramedia selalu berusaha memenangkan pertandingan untuk menjadi, menghasilkan, dan memberikan yang terbaik.

5. *Customer Delight* (memberikan yang terbaik sehingga melebihi harapan pelanggan)

Customer Delight digambarkan dengan siluet anak tangga yang semakin memuncak. Melambang hasrat Kompas Gramedia yang selalu menyediakan layanan terbaik dan semakin baik bagi para customernya. Tingkat kepuasan pelanggan akan selalu ditingkatkan, ibarat mendaki sebuah tangga menuju puncak keberhasilan.

2.1.3 Struktur Organisasi Kompas Gramedia



2.2 RUANG LINGKUP KERJA DIVISI TERKAIT

Selama melaksanakan Kerja Magang, penulis bekerja sebagai seorang *Public Relations* dalam divisi *Human Resources Expertise Analyst*. Divisi *HR Expertise* bertanggung jawab atas pengembangan solusi dan *HR policy* yang relevan dengan kebutuhan unit dan industri yang dapat diterapkan oleh *para business partner* serta *people operations* dalam unit terkait.

HR Expertise Analyst memiliki tanggung jawab untuk menganalisa permasalahan yang terjadi dalam internal maupun eksternal perusahaan. Kemudian, permasalahan tersebut dicari solusinya. Pengembangan solusi yang dilakukan dalam divisi HR salah satunya adalah membuat sebuah proyek yang di dalamnya terdapat aktivitas *campaign* dan *event*. Fungsi *Public Relation* dalam proyek adalah membuat *concept plan* berdasarkan *objective* yang ingin dicapai perusahaan sampai dengan melakukan eksekusinya.

Dalam memenuhi kepentingan divisi HR menemukan *talent* untuk bekerja di Kompas Gramedia, pengelolaan sosial media dilakukan oleh seorang *Public Relations*. PR dituntut untuk membuat strategi sosial media yang dapat mewujudkan *objective* perusahaan. Selain itu, dalam melakukan produksi konten, menulis *copy* dan *caption*, hingga mempostingnya dalam sosial media juga menjadi tanggung jawab penulis.

Corporate Human Resources di Kompas Gramedia telah melakukan transformasi dalam pekerjaannya. Saat ini, departemen HR telah dituntut untuk dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. *Startup* yang memberikan layanan jasa pun dibentuk dan seorang *Public Relations* bertanggung jawab untuk menciptakan sebuah *Brand Story* atas unit bisnis barunya, yaitu “Growth Center”. Saat ini, *website* merupakan salah satu media komunikasi dan pemasaran. *Public Relations* memiliki tanggung jawab untuk menyusun strategi komunikasi untuk mencerminkan *brand story* dalam *website* “Growth Center”.