



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

2.1.1 Nama, Alamat, dan Bidang Perusahaan

Grup	: Kompas Gramedia
Nama Perusahaan	: PT Kompas Cyber Media
Alamat	: Gedung Kompas Gramedia, Unit II Lt. 5, Jl. Palmerah Selatan No. 22-28, Jakarta 10270, Indonesia
Bidang Usaha	: portal berita daring
Halaman Website	: www.kompas.com
Telepon	: (021) 5347710
Platform	: <i>website</i> , aplikasi, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram
Tagline	: Jernih Melihat Dunia

Kompas.com merupakan media daring yang mulai hadir tahun 1995, yang saat itu bernama Kompas Online. Tagline “jernih melihat dunia” sendiri mengartikan bahwa Kompas.com memosisikan diri sebagai media yang selalu menyajikan informasi dalam perspektif objektif, utuh, independen, serta tidak bias oleh kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan (Galuh, personal communication, Agustus 12, 2019).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Kompas.com yang hadir tahun 1995 dapat dibilang sebagai salah satu pionir media daring. Di luar Indonesia, koran dan majalah mulai membentuk cabang digital tahun 1990. Sedangkan di Indonesia, periode pertama sejarah media daring ditandai oleh hadirnya media *mainstream* ke dunia daring tahun 1995 (Margianto, 2017, para. 4-6). Berdasarkan penjelasan *Human Resources Department* (HRD) Kompas.com, Adelia Galuh, seiring dengan berkembangnya internet, Harian Kompas membuat harian digital, yang diberi nama Kompas Online atau KOL. Kompas Online masih menjadi produk Harian Kompas, maka Kompas Online hanya menampilkan replika dari berita-berita Harian Kompas yang terbit hari itu dan diakses dengan alamat kompas.co.id. Awalnya, Kompas Online dimaksudkan untuk memberi layanan pada pembaca Harian Kompas di tempat yang sulit dijangkau distribusi, seperti daerah Timur dan luar negeri. Daerah tersebut biasanya perlu menunggu beberapa hari untuk mendapat Harian Kompas (personal communication, Agustus 12, 2019).

Kemudian pada 1996, berdiri PT Kompas Cyber Media (KCM). Setahun setelahnya, Kompas Online menjadi salah satu produk KCM dan berubah nama menjadi Kompas.com. Sejak saat itu, Kompas.com resmi menjadi portal berita daring dan mulai merekrut wartawan khusus daring. Namun tahun 2007, KCM harus mengubah strategi karena terus merugi sejak 1995. Disyaratkan, dalam waktu dua tahun, KCM harus memperoleh laba. Akhirnya, pada 2007 Kompas.com dibuat menjadi megaportal grup Kompas Gramedia. Tak hanya itu, sistem kanal juga diatur dan disusun ulang.

Pada 29 Mei 2008, Kompas.com tampil dengan wajah baru, baik dari logo, *layout*, konten, kanal, dan konsep. Untuk pertama kalinya, Kompas.com tidak merugi. Tahun itu, Kompas.com juga bekerja sama dengan Seleb TV, hingga membuat televisi web dengan nama Kompas TV, yang kemudian diambil alih ke grup Kompas TV pada 2010.

Tahun 2013, Kompas.com kembali melakukan *re-branding* dengan mengganti logo dan tampilan *website*, menjadi terkesan lebih segar dan muda. Kampanye *brand* Kompas.com juga digalakkan, dengan tujuan mendekatkan diri dengan masyarakat Indonesia. Tahun 2015, lahir dua anak Kompas.com di bidang *gadget* yaitu Nextren, dan teknologi yaitu Otomania. Kompas.com juga melakukan kerja sama dengan Tabloid Bola, sehingga menjadikan Juara.net sebagai *website* baru mengenai bola dan olahraga. Kemudian tahun 2016, lahir vik.kompas.com dan Pijaru.

2.1.3 Filosofi Logo

Gambar 2.1 Logo Kompas.com



Sumber: *Website Kompas.com*

Menurut *Marketing Communication Executive* Kompas.com, Novya Nasrati, logo Kompas.com digambarkan dalam bentuk segitiga dengan direksi 360 derajat warna-warni, memperlihatkan bahwa Kompas.com ingin memuat nilai keberagaman dan tidak sekadar berdasar pada satu arahan. Segitiga yang tumpang tindih merupakan bentuk representasi panah petunjuk arah, diambil dari arah mata angin, yang sejalan dengan nilai Kompas.com sebagai pedoman bagi pembacanya. Perbedaan sudut rotasi antara kedua segitiga diartikan sebagai kebebasan dalam memilih pandangan dan pendapat bagi pembaca. Kemudian warna oranye dan biru

merepresentasikan beragamnya pembaca Kompas.com (personal communication, November 25, 2019).

2.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

1) Visi Perusahaan

Menjadi kelompok bisnis digital yang paling populer dan paling menguntungkan di Indonesia dengan menyediakan produk dan layanan digital berkualitas tinggi melalui keunggulan operasional dan teknologi.

2) Misi Perusahaan

- a) Menjadi *business partner* yang andal bagi internal dan eksternal Group of Digital dalam bidang periklanan digital dalam koridor bisnis yang saling menguntungkan.
- b) Membuat, mengembangkan, dan menjalankan konsep penjualan iklan digital untuk meningkatkan *revenue* GoD sehingga dapat menunjang operasional perusahaan dan mendatangkan keuntungan bagi *share* dan *stakeholder*.
- c) Menjaga hubungan baik dan saling menguntungkan antara perusahaan dan klien sehingga berdampak positif pada citra perusahaan dan loyalitas pelanggan pada produk GoD.

2.1.5 Karya yang Dihasilkan

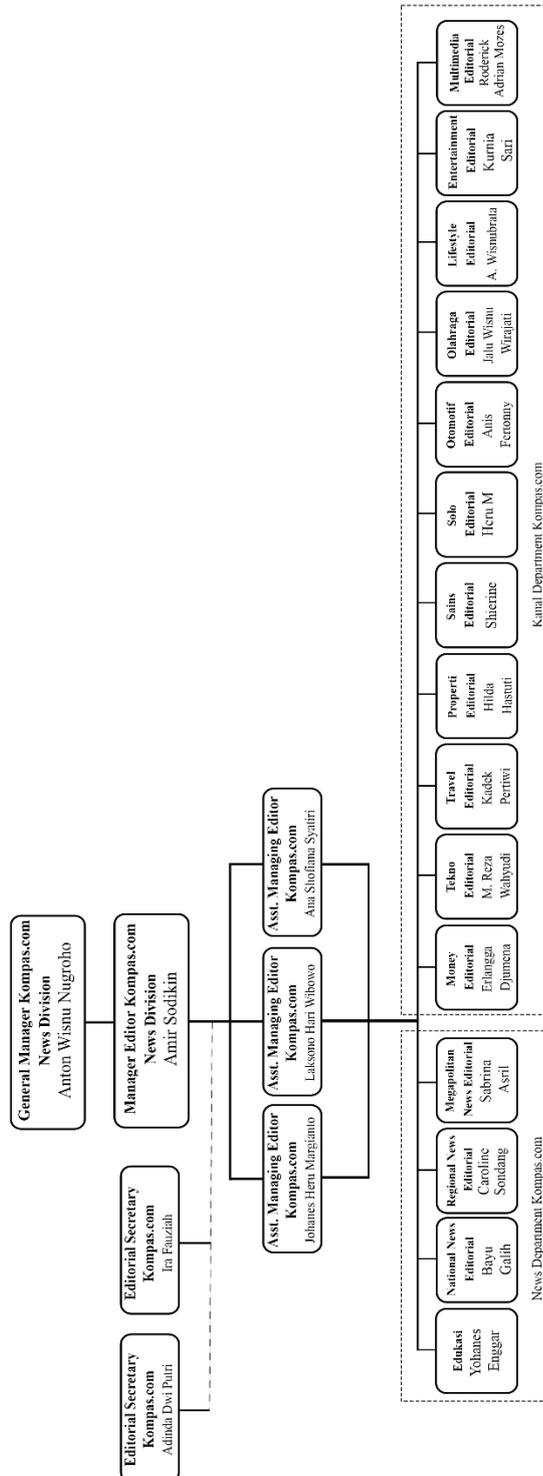
Karya yang dihasilkan oleh Kompas.com berupa artikel yang memberitakan peristiwa dalam negeri maupun luar negeri. Karya Kompas.com juga mencakup visual seperti foto, video, dan infografik. Menurut hasil observasi penulis, artikel Kompas.com juga bervariasi, berupa *hard news*, *feature*, dan *in-depth*. Artikel *in-depth* biasa berupa *long form* yang disajikan pada kanal JEO dan berupa *multimedia story telling* atau Visual Interaktif Kompas (VIK). Kompas.com juga memiliki lembaga riset mandiri yaitu Pusat Penelitian dan Pengembangan (Litbang).

Sedangkan artikel *hard news* dan *feature* dipublikasikan melalui berbagai kanal lain yang dimiliki Kompas.com, yaitu News, Tren, Hype, Money, Bola, Tekno, Sains, Otomotif, Lifestyle, Properti, Travel, dan Edukasi. Berita Kompas.com didapat dari hasil liputan reporter dan tim yang telah dibagi berdasarkan departemen tersebut. Selain reporter, Kompas.com juga memberikan ruang bagi kontributor yang ahli pada sebuah bidang tertentu—disebut Kolumnis—untuk menulis artikel pada kanal Kolom. Selain itu, Kompas juga memiliki reporter *freelance* di berbagai daerah di Indonesia, yang akan menulis pada kanal Regional (Hutapea, personal communication, November 20, 2019).

Untuk karya visual, selain ditautkan pada berita, Kompas.com juga menyajikannya pada kanal Images, berisi foto dan video. Sebelum tayang pada kanal Images, video diunggah terlebih dahulu pada kanal YouTube Kompas.com. Bentuk visual lain yaitu infografik, tidak memiliki kanal khusus. Infografik biasa disertakan sebagai visual artikel atau diunggah pada Instagram Kompas.com. Sedangkan Facebook dan Twitter biasanya hanya memberi tautan sebagai penghubung artikel lengkap di halaman Kompas.com.

2.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan

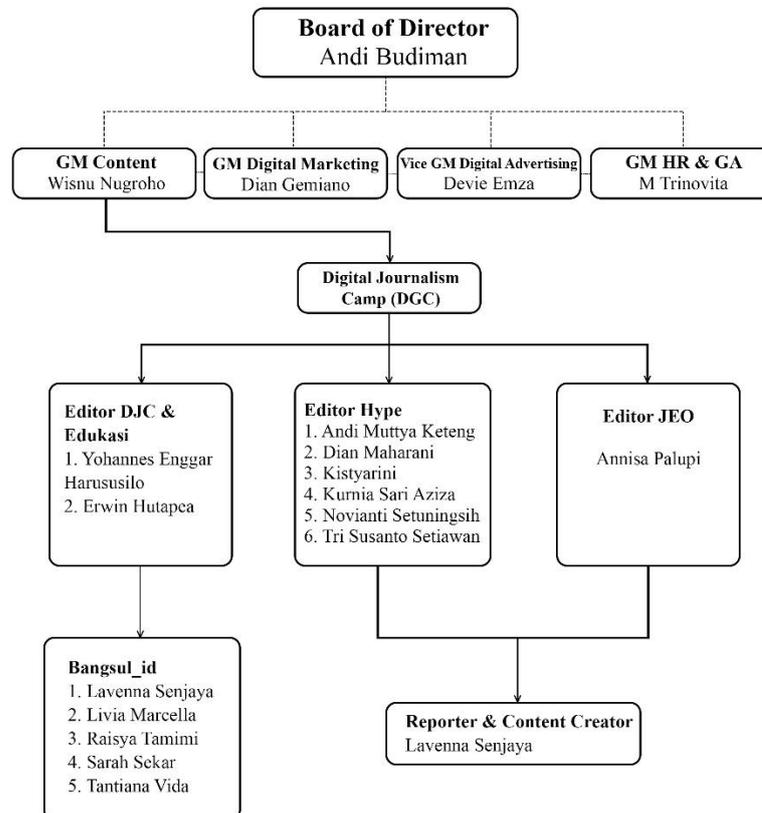
Bagan 2.1 Struktur Organisasi Kompas.com



Sumber: Kompas.com

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Bagan 2.2 Struktur Digital Journalism Camp



Sumber: olahan tim Bangsul_id

Digital Journalism Camp adalah program praktik kerja magang yang baru dari Kompas.com. Jika biasanya program kerja magang Kompas.com adalah secara individual, tahun 2019 Kompas.com membuka kesempatan bagi kelompok untuk mendaftarkan proyek tim di Kompas.com. Pada praktiknya, tim akan dibimbing oleh editor dari Kompas.com. Tim juga diperbolehkan melakukan praktik kerja magang di luar proyek, seperti meliput dan menulis artikel untuk Kompas.com. Bagi tim Bangsul_id, penulis dan tim bergabung dengan departemen Edukasi, Hype, dan JEO.

2.2.1 Edukasi

Edukasi merupakan salah satu departemen *news* yang ada di Kompas.com. Departemen Edukasi dipimpin oleh Yohanes Enggar Harususilo selaku editor dan Erwin Hutapea selaku asisten editor. Edukasi memberitakan informasi seputar dunia pendidikan, dalam bentuk artikel dan video. Lebih jauh, *edukasi.kompas.com* dibagi menjadi empat bagian besar, yakni Sekolah, Perguruan Tinggi, Pendidikan Khusus, dan Beasiswa. Nantinya, berita yang ditulis reporter akan dimasukkan dalam salah satu bagian tersebut. Selain itu, departemen Edukasi juga membuat profil singkat mengenai sekolah dan universitas di Indonesia.

Editor departemen Edukasi bertugas untuk memastikan artikel karya penulis layak tayang pada halaman Kompas.com, baik dari segi *angle* dan tata penulisan. Editor juga bertugas untuk meliput dan menulis artikel, mengontrol kinerja penulis, serta memberi instruksi kerja pada penulis. Sedangkan penulis bertugas untuk meliput dan menulis berita. Editor departemen Edukasi, Yohanes Enggar Harususilo dan wakil editor, Erwin Hutapea juga merupakan editor yang memantau proses redaksi *Bangsul_id*.

2.2.2 Hype

Hype merupakan salah satu kanal yang ada di Kompas.com. Sebelumnya, Hype disebut kanal Entertainment, yang kemudian berganti nama pada 1 November 2019. Kanal Hype memberitakan berita hiburan, baik berita dalam negeri maupun luar negeri. Topik yang diangkat biasanya seputar isu selebritas, film, musik, dan hal-hal yang menjadi pembicaraan di media sosial terkait dunia hiburan. Untuk memberitakan tersebut, kanal Hype dibagi menjadi enam subkanal, yaitu Seleb, Film, Ent!, Musik, dan Hits.

Ada pula beberapa pertimbangan Hype dalam memilih berita, yaitu nilai berita yang tinggi, khususnya sosok yang termahsyur di dunia hiburan. Juga kisah inspiratif, dan isu hiburan yang sedang menjadi perbincangan di

media sosial. Di sisi lain, Hype juga menghindari isu Suku Ras Agama dan Antargolongan (SARA), isu berbau mistis, dan berita tanpa konfirmasi (Kistyarini, personal communication, November 27, 2019).

Kanal Hype dipimpin oleh Kurnia Sari Aziza selaku editor, dibantu oleh asisten editor, yaitu Tri Susanto Setiawan, Dian Maharani, Novianti Setuningsih, Andi Muttya Keteng Pangerang, dan Kistyarini. Editor dan wakil editor bertugas untuk menentukan isu yang akan digarap, menyunting tulisan penulis, baik dari segi *angle* dan tata penulisan, kemudian menayangkannya pada halaman Kompas.com. Editor dan asisten editor juga bertugas untuk meliput dan menulis artikel, mengontrol kinerja penulis, serta memberi instruksi kerja pada penulis. Sedangkan penulis bertugas untuk meliput dan menulis berita.

Pada 18 Oktober 2019, penulis mulai bergabung dalam kanal Hype. Di kanal Hype, penulis bekerja sebagai penulis artikel pada sub kanal Entertainment. Penulis menulis *teaser*, berita *re-write*, dan dapat berkreasi dari berbagai sumber seperti YouTube, Twitter, dan Instagram. Penulis juga diberi kesempatan untuk melakukan liputan dan wawancara.

2.2.3 Bangsul_id

Bangsul_id merupakan proyek magang penulis, yang redaksinya terpisah dengan redaksi Kompas.com. Bangsul_id sendiri adalah sebuah media yang *platform* utamanya berbasis Instagram. Di bawah Kompas.com, Bangsul_id menjadikan artikel dari berbagai kanal Kompas.com sebagai sumber berita. Kemudian berita Kompas.com akan dikemas secara menghibur dan terkadang bersifat satire, kemudian diunggah ke Instagram Bangsul_id, rutin sebanyak 2-3 kali dalam satu hari. *Caption* pada unggahan Instagram Bangsul_id juga menyerupai *teaser* berita, tujuannya untuk menarik audiens Bangsul_id agar membaca artikel lengkap di Kompas.com.

Pada Bangsul_id, berita Kompas.com juga akan lebih ditonjolkan dari segi visual, dalam bentuk ilustrasi yang mencolok. Bangsul_id

memiliki tiga orang maskot, yaitu Bang Sulaiman (Bang Sul), Bibi Sulaiman (Bi Sul), dan Bang Kai. Mereka bertiga digambarkan sebagai tokoh yang bersikap menggelitik. Maskot tersebutlah yang sering dipakai untuk meramaikan ilustrasi pada unggahan berita Bangsul_id. Pada akhir pekan, Bangsul_id juga rutin mengadakan *games* atau kuis, seperti Teka Teki Silang dan tebak lagu. Jawaban *games* atau kuis tersebut juga bersumber dari artikel Kompas.com.

Gambar 2.2 Maskot Bangsul_id



Sumber: Hasil olahan penulis

Tujuan diadakannya kerja sama ini adalah agar berita Bangsul_id bersumber dari portal berita yang kredibel, yaitu dari Kompas.com. Sedangkan dari sisi Kompas.com, diharapkan audiens Bangsul_id tertarik untuk mengakses berita di Kompas.com, sehingga menambah trafik Kompas.com. Tim Bangsul_id terdiri dari lima orang: penulis yaitu Lavenna Senjaya, Livia Marcella, Raisya Tamimi, Sarah Sekar Larasati, dan Tantiana Vida. Masing-masing anggota berkewajiban untuk membuat konten berupa tulisan. Penulis sendiri bekerja sebagai *content creator* dan ilustrator. Selain penulis, tugas ilustrator juga diserahkan pada Livia Marcella dan Sarah Sekar.

Kemudian karena Bangsul_id berada di luar redaksi Kompas.com, maka penulis dan tim harus memiliki strategi redaksi sendiri. Untuk mengumpulkan konten, tim memiliki Google Docs yang dapat diakses oleh seluruh anggota. Dalam Google Docs tersebut, terdapat tabel tempat

anggota menulis daftar topik yang hendak digarap. Tim juga memiliki Google Sheets, yang berisi jadwal untuk mengunggah konten.

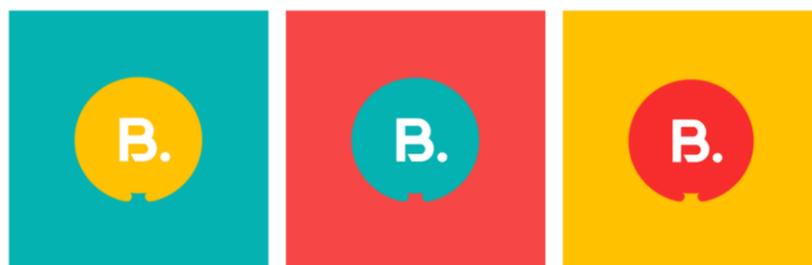
Gambar 2.3 Tangkap layar Google Sheets Bangsul_id

KALENDER BANGSUL													
File Edit View Insert Format Data Tools Add-ons Help Last edit was made on November 21 by LIVIA MARCELLA (00000013967)													
SEPTEMBER													
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu							
1 - Tahun Baru Hijriyah (P) - Hari Poni Wibisono (L)	2 Potong rambut (VL) Dokter spesialis (L) mitos autisme (P)	3 TAHIL LALAT (P) urutan silet care (P) IMEI (L)	4 Hari Pelanggan Nasional (P) eselon perangka (L) konsep keur negri (VL)	5 Deli' OR (S) 18 silet (L) Rekomendasi jokowi (S)	6 Marianan menginspirasi (S) tips anak sula math (S) Keuntungan Kakak Beradik (P)	7 Tipe Menghadapi Cempa (L) musim kemarau (L)							
8 Hari Aksara Internasional (P)	9 Hari Olah Raga Nasional (L) Pondok Sempak (P) non man shimba (VL)	10 Bangsul kitar (VL) Kuku Batu Mata (P) Etika Naik Pesawat (VP)	11 Rich Brian (L) Ringo Marthong (P) Su Hobbita (L)	12 Pantai bandara (S) Waktu Sisa (S) KKN Panan (CL)	13 Isaria anjing (S) genet manusia (VP) Se Indonesia (L)	14 HUT Kompas.com ke-24 (P) Ekoistem Pariwisata Digital (V) Sesuai praktik (CL)							
15 celengan ayam (CP) revisi UU KPK (P)	16 warleg anak koi (L) Sangri Lusa (V) Spongebob KPI (S)	17 - Hari PMI (P) - Hari Perhubungan Nasional (L) - Bawa Tumbir Sendiri (V)	18 JUKI (VL) KAHLI (L) MAKLUAN KULKAS (P)	19 7 minuman (S) Kecemasan (VL) Sering cape (P)	20 LDR (S) Pempori atau pekerja keras (CP) Grab Andong (L)	21 Hari Pendidikan Internasional (P) Sepeda Gunung (CP) Sebutan penyanyi (CL)							
22 KUIS SARAH Misanan cuci atau ga (CL) Jose Testin (CP)	23 Sambel (L) (merah) karhutla (P)	24 Hari Tani (P) HOME SICK DEMI BERTOGA (S) story negri atas awan (S)	25 Catherine Wilson (CL) Demo Mahasiswa (P)	26 Polar Nyangkut (CL) Activety (S) story ankarin bantu demo (L)	27 Urutan Bandara (L) RUU KKS (p)	28 Hari Kereta Api (L) KUIS (P)							
29 Bacak (V) KUIS	30 Hari Peringatan Pemberontakan G30S/PKI (L) Mentokan (P)	story hostel jogja (S)											

Sumber: hasil olahan penulis

Sebelum praktik kerja magang dimulai, tim juga telah menentukan konsep Bangsul_id pada mata kuliah *Digital Media Management*. Kepanjangan Bangsul adalah Banyak Ngomong dan Usul, dengan maksud Bangsul_id memberi informasi dengan seloroh yang menghibur. Selain tiga tokoh maskot yang telah disebutkan, ada tiga warna dasar pada konten Bangsul_id, yaitu biru (#4b2b2), merah (#f74646), dan kuning (#ffc100). Logo Bangsul diambil dari huruf depan “B” dengan warna berbeda sesuai dengan warna dasar yang dipakai pada suatu konten.

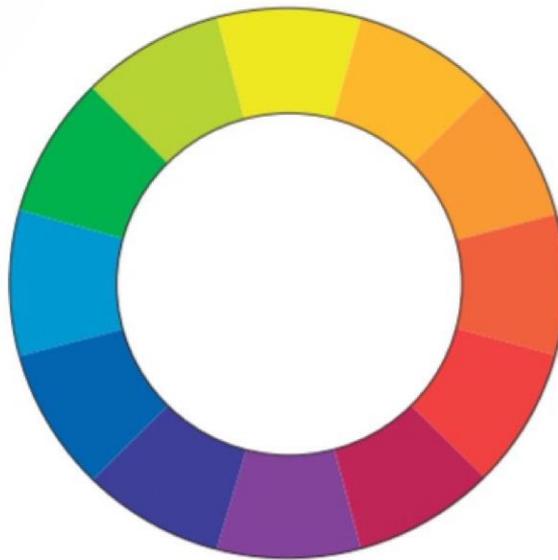
Gambar 2.4 Warna dasar dan Logo Bangsul_id



Sumber: Bangsul_id

Warna tersebut diambil dari tiga warna primer RYB (*Red Yellow Blue*) *color wheel* yang pertama kali dicetuskan oleh Isaac Newton. Pada abad ke-18, RYB *color wheel* mulai sering digunakan untuk dunia kesenian dan percetakan (Said & Wegman, 2011, p. 115-116).

Gambar 2.5 RYB color wheel



Sumber: Said & Wegman, 2011, p. 116

Menurut Green (2004, dalam Said & Wegman, 2011, p. 117), warna biru, merah, dan kuning juga memiliki arti sebagai berikut.

- a) Biru : kebenaran, martabat, kesejukan, melankolis, dan keberatan
- b) Merah : urgensi, gairah, panas, cinta, dan darah
- c) Kuning : kehangatan, pengecut, dan kecerahan.

Namun arti dari warna-warna tersebut tidak dipakai untuk mendasari konten tertentu pada Bangsul_id.

Bangsul_id sendiri memiliki target audiens remaja awal hingga dewasa awal, yaitu berumur 16-30 tahun, baik laki-laki maupun perempuan.

Untuk lebih dekat dengan audiens, Bangsul_id memanggil audiens dengan sebutan “Sulmates”, dari kata “Bang Sul” dan “*mates*” yang berarti teman. Dari segi ekonomi, Bangsul_id memiliki target SES A-E, dengan tujuan pembawaan Bangsul_id yang santai dapat dinikmati oleh semua kalangan. Oleh karena itu, Bangsul_id juga menargetkan audiens yang memiliki waktu luang dan hendak mengisinya dengan hiburan santai tetapi tetap informatif, misalnya pelajar, mahasiswa, dan karyawan.

2.2.4 JEO

JEO merupakan salah satu kanal Kompas.com yang menampilkan berita mendalam atau *in-depth*. Tujuan kanal ini adalah untuk memberikan makna pada suatu peristiwa. Artinya, JEO bermaksud untuk meluruskan fakta dari banyaknya informasi yang beredar di masyarakat. Pada halaman *web* JEO, pembaca dapat memilih berita *in-depth* dari berbagai kanal yang ada di Kompas.com: News, Tekno, Bola, Entertainment, Otomotif, Lifestyle, Properti, Sains, Money, dan Travel. Dengan kata lain, berita *in-depth* dari kanal-kanal Kompas.com akan diolah dan ditayangkan pada kanal JEO ini. JEO sendiri dipimpin oleh Palupi Anissa selaku editor. Pada kanal ini, Penulis dan tim berperan sebagai reporter untuk menggarap berita mendalam.