



### **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**

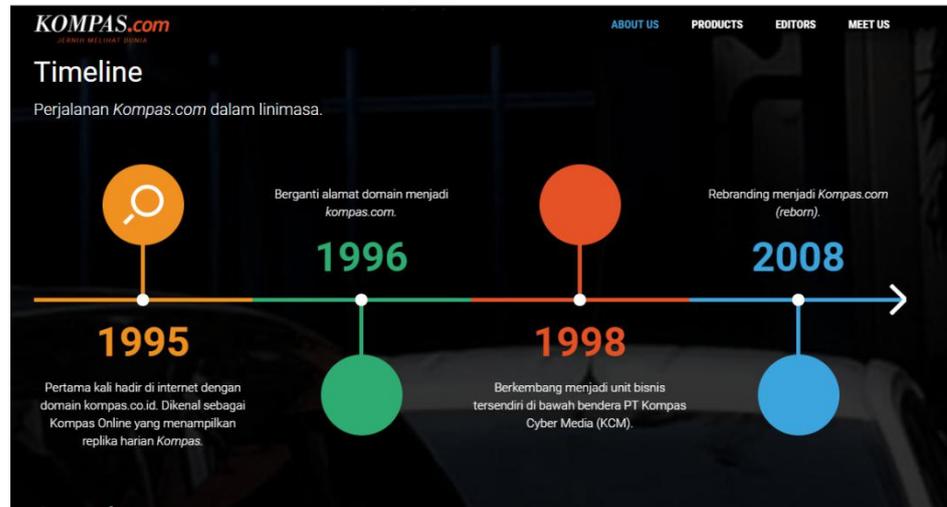
#### **2.1 Profil Perusahaan**

##### **2.1.1 Sejarah Singkat**

Dari paparan presentasi pengenalan Kompas.com pada 12 Agustus 2019 oleh tim HRD, Adelia Galuh, Kompas.com memiliki linimasa yang panjang untuk membenahi strategi pemasaran internal agar dapat bertahan hingga saat ini.

Berawal dari 1995, melahirkan Kompas *Online* yakni produk replika dari Harian Kompas dengan domain [kompas.co.id](http://kompas.co.id) (Jernih Melihat Dunia, n.d). Berkembang menjadi PT. Kompas Cyber Media pada 1997 dengan direktur pertama, Andrey Andoko, untuk menangani manajemen Kompas *Online*. 1998, Kompas *Online* berubah menjadi domain [kompas.com](http://kompas.com) dengan *branding* KCM yang mengubah desain, isi dan strategi pemasaran menjadi portal berita. Direktur PT. Kompas Cyber Media menjadi Dr. Ninok Leksono Darmawan pada 2003 setelah Andrey Andoko (Galuh, 2019).

Gambar 2.1 Perjalanan Kompas.com



Sumber: Kompas.com

Galuh (2019) juga memaparkan bahwa pada tahun 2007, KCM ditantang untuk melakukan pembenahan selama 2 tahun karena perusahaan dinyatakan merugikan sejak 1995. Yang dilakukan oleh KCM adalah menjadikan Kompas.com sebagai megaportal grup Kompas Gramedia dengan sistem kanal disusun ulang seperti Bola, Oase, Otomotif, Nasional, Internasional, Edukasi, Megapolitan, Properti, Ekonomi, Sains, Images, Regional, Health, Female. Dengan pembenahan tersebut, Suherman Suhardi diangkat sebagai *General Manager*, Edy Taslim sebagai *Vice General Manager* pada 1 Juli 2007 dan Taufik Hidayat sebagai direktur Kompas.com pada 1 November 2007.

Tahun 2008, Kompas.com melakukan rebranding dengan tampilan wajah baru seperti mengubah logo, tata letak, konten, kanal hingga konsep. Tahun 2011, melakukan perubahan visual dengan logo diubah menjadi *orange dotters*. 2013 berubah lagi dengan tampilan dan brand yang lebih segar dan muda (Jernih Melihat Dunia, n.d).

Rebranding dilakukan untuk menghadirkan jurnalisme yang memberi makna sekaligus menegaskan bahwa portal berita tersebut ingin memberi kebenaran di tengah informasi yang tidak jelas.

Dengan melewati segala pembenahan, Kompas.com akhirnya mendapatkan penghargaan sebagai *The Best Company* di Kompas Gramedia karena mendapatkan *revenue growth* yang sangat tinggi (Galuh, 2019).

Tidak hanya bertahan dalam media *online*, tahun 2016 Kompas.com juga mengepaskan sayapnya dengan melahirkan VIK (Visual Interaktif Kompas) yakni sebuah laporan mendalam yang disajikan dalam bentuk *multimedia story telling* dan Pijaru, anak perusahaan dari Kompas.com yang memproduksi video-video dengan target audiens anak muda yang biasa disebut dengan *youth video production* (Jernih Melihat Dunia, n.d).

### 2.1.2 Data Perusahaan

Kompas.com adalah sebuah media *online* di Indonesia yang sudah hadir sejak 14 September 1995. Dengan *tagline* Jernih Melihat Dunia, Kompas.com memberi informasi secara obyektif, utuh, independen, dan tidak bias kepada para pembaca (Jernih Melihat Dunia, n.d.).

Perusahaan	: PT. Kompas Cyber Media
Nama Media	: Kompas.com
Alamat	: Gedung Kompas Gramedia, Unit II Lt. 5 Jl. Palmerah Selatan No. 22 – 28 Jakarta 10270, Indonesia.
Website	: <a href="http://www.kompas.com">www.kompas.com</a>
Tagline	: Jernih Melihat Dunia

### 2.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.2 Logo Kompas.com



Sumber: Kompas.com

Logo Kompas.com mengalami perubahan beberapa kali selama linimasa berkembangnya Kompas.com. Logo Kompas.com pada gambar 2.2 sudah ada sejak tahun 2013 hingga kini.

Dari hasil wawancara penulis dengan Novya Nasrati selaku *Marketing Communication Executive* dan Adelia Galuh selaku HRD Kompas.com dijelaskan bahwa logo Kompas.com ingin memuat nilai keberagaman dan tidak sekadar mendasarkan pada satu arah. Nilai ini terlihat dari logo yang berbentuk tulisan Kompas.com dengan warna warni.

Segitiga yang bertumpang tindih merupakan bentuk representasi panah petunjuk arah. Petunjuk arah ini juga berasal dari arah mata angin yang sejalan dengan nilai Kompas.com sebagai pedoman berita bagi pembacanya. Perbedaan sudut rotasi antara segitiga tersebut diartikan sebagai kebebasan pembaca dalam memilih pandangan dan pendapat. Terpilihnya warna biru, hijau dan oranye adalah sebagai representasi keberagaman pembaca Kompas.com

### 2.1.4 Visi & Misi Perusahaan

#### 2.1.4.1 Visi

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.

#### **2.1.4.2 Misi**

1. Menjadi *business partner* yang handal bagi internal dan eksternal Group Of Digital dalam bidang periklanan digital dalam koridor bisnis yang saling menguntungkan.
2. Membuat, mengembangkan dan menjalankan konsep penjualan iklan digital untuk meningkatkan *revenue* GoD sehingga dapat menunjang operasional perusahaan dan mendatangkan keuntungan bagi *share* dan *stakeholder*.
3. 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 Kanal Kompas.com**

Kanal Kompas.com memiliki berbagai macam yang dapat dinikmati oleh pembaca sesuai dengan keinginannya (Jernih Melihat Dunia, n.d).

##### **1. News**

Kanal yang membahas seputar kejadian terkini dan aktual. Yang mana di dalamnya memiliki beberapa sub kanal seperti Nasional, Internasional, Megapolitan, Regional, dan Surat Pembaca.

##### **2. Tren**

Kanal yang menampilkan berita-berita yang sedang hangat terjadi dari berbagai topik.

3. Hype

Memberikan berita mengenai hiburan, selebriti, musik, budaya dan film dari dalam dan luar negeri. Hype dipecah menjadi lima sub rubrik yaitu Seleb, Film, Ent!, Musik dan Hits.

4. Money

Kumpulan berita yang memuat mengenai keuangan dari sisi pemerintahan hingga *tips* keuangan yang ringan. Dalam kanal ini dibagi menjadi 4 sub kanal yakni What's New, Work Smart, Earn Smart, Spend Smart.

5. Bola

Memuat segala pemberitaan yang berhubungan dengan olahraga dari lokal hingga mancanegara seperti berita mengenai jadwal pertandingan, kejadian saat pertandingan, skor pertandingan, atau penghargaan saat pertandingan.

6. Tekno

Kumpulan berita mengenai teknologi yang mana sebagian membahas *gadget* atau spesifikasi baru hingga mengulas *review* suatu produk.

7. Sains

Berita yang mengemas mengenai ilmu pengetahuan dari pertanyaan masyarakat terhadap kehidupan sehari-hari hingga penjelasan ahli dari para profesor.

8. Otomotif

Mengemas berita tentang kendaraan motor hingga mobil serta komunitas otomotif.

#### 9. Lifetsyle

Memaparkan berita mengenai gaya hidup termasuk makanan, penampilan hingga perasaan.

#### 10. Properti

Kumpulan berita properti seperti rumah, apartemen, ruko, dan villa dari harga hingga lokasi. Tidak hanya itu, mengenai arsitektur dari bangunan juga dibahas dalam kanal tersebut.

#### 11. Travel

Kanal yang membahas mengenai jalan-jalan ke tempat lokal hingga mancanegara. Tidak hanya tempat, kanal ini juga memaparkan *tips* hingga makanan terkenal dari suatu tempat.

#### 12. Edukasi

Kanal yang memberikan informasi mengenai pendidikan dari Indonesia hingga luar negeri. Adapun sub rubrik Edukasi adalah Sekolah, Perguruan Tinggi, Pendidikan Khusus, dan Beasiswa.

#### 13. Kolom

Wadah yang menjadi tempat opini atau tulisan publik terhadap kejadian yang sedang terjadi. Biasanya, para ahli yang pada bidangnya dapat kontribusi untuk menjelaskan analisisnya pada sebuah isu.

#### 14. Images

Menyajikan foto-foto berita dengan resolusi tinggi.

#### 15. VIK

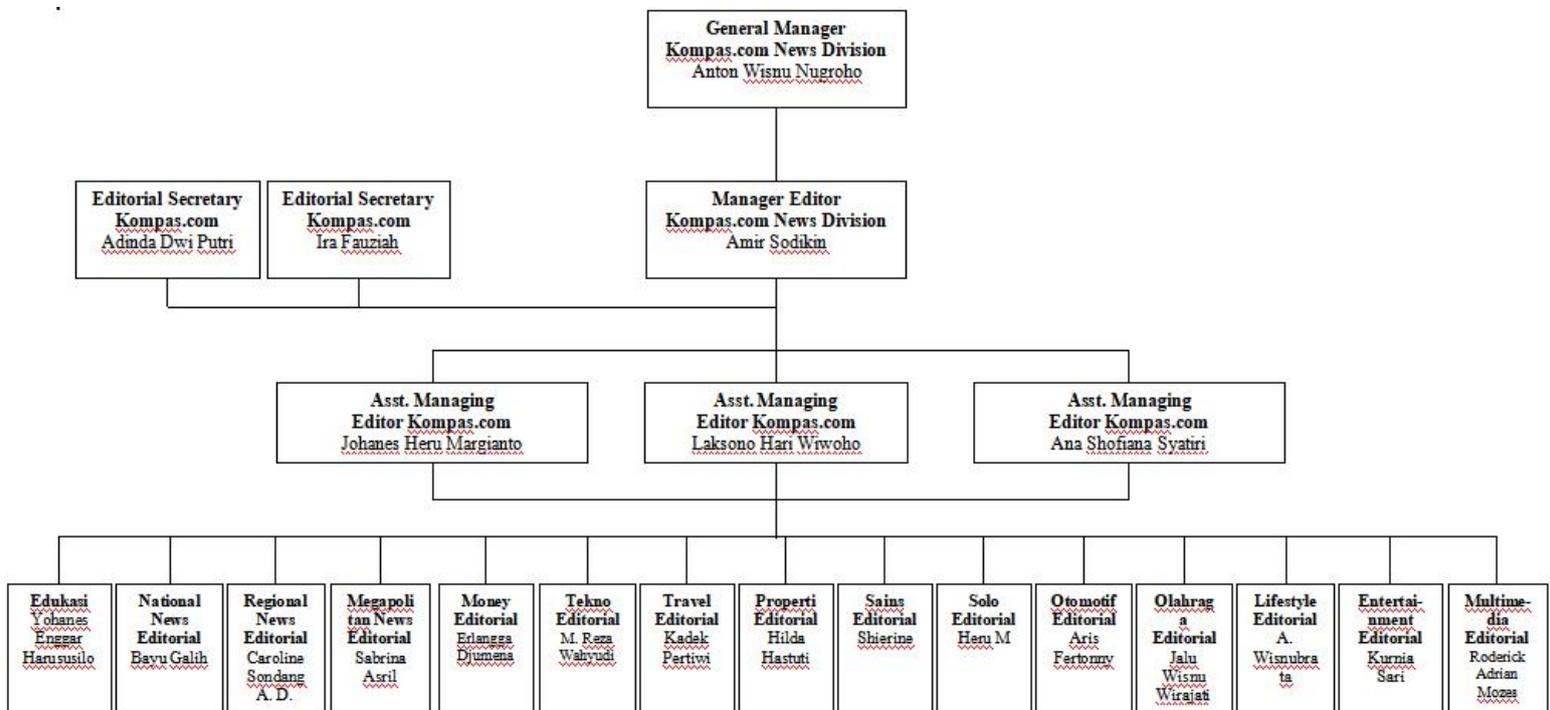
Kanal yang menyajikan laporan mendalam dalam bentuk *multimedia story telling*.

## 16. JEO

Kanal yang menyajikan berita yang lebih rinci dan lengkap dari artikel-artikel yang sudah ada sebelumnya di Kompas.com.

### 2.1.6 Struktur Redaksi

Gambar 2.3 Struktur Redaksi Kompas.com

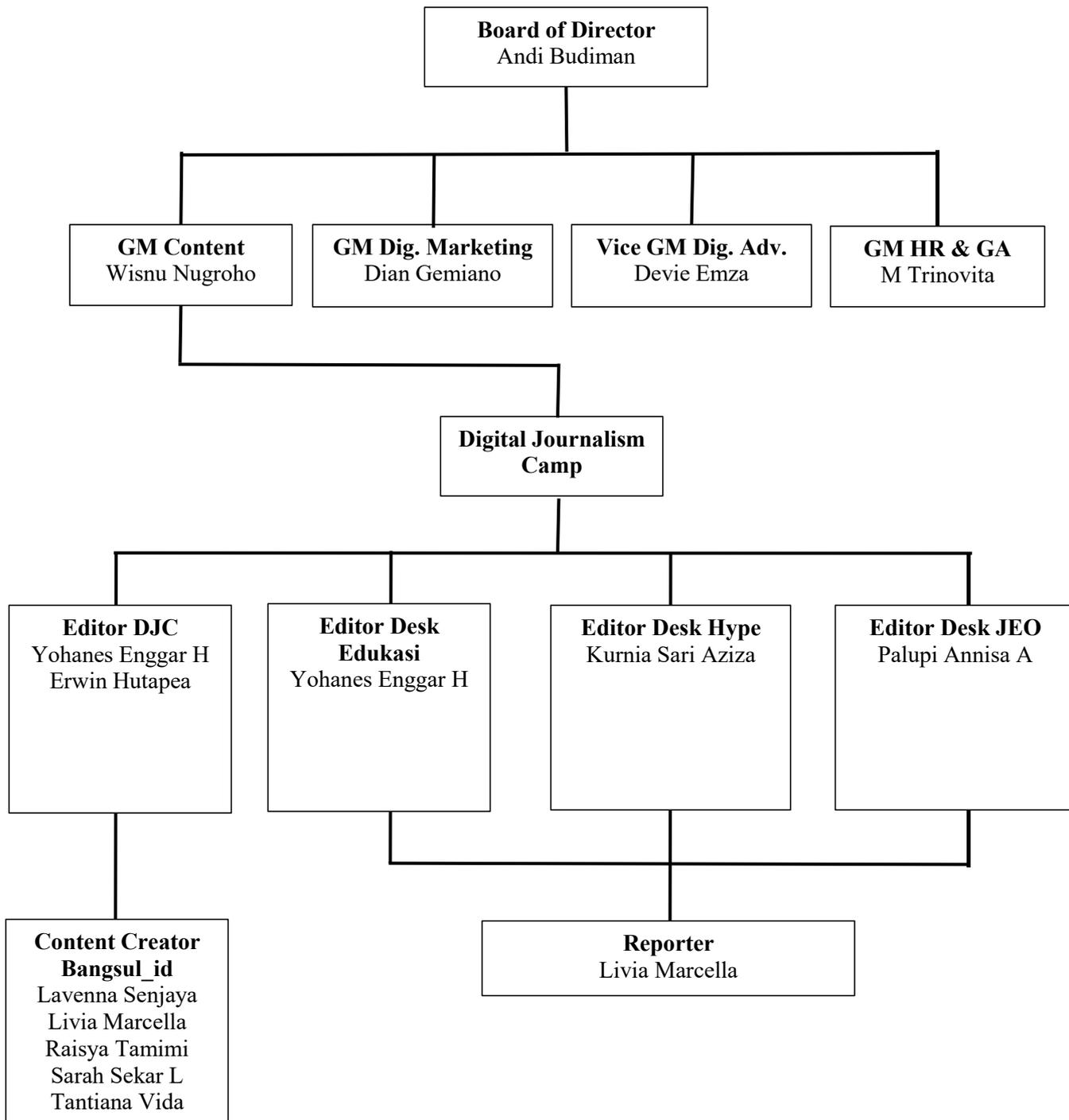


Sumber: Kompas.com

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam praktik kerja magang, penulis berada di dalam divisi *Digital Journalism Camp* sebagai *content creator* proyek *Bangsul\_id* dan reporter dalam desk Edukasi, Hype, dan JEO. Maka itu susunan redaksi *Digital Journalism Camp* seperti di gambar 2.4.

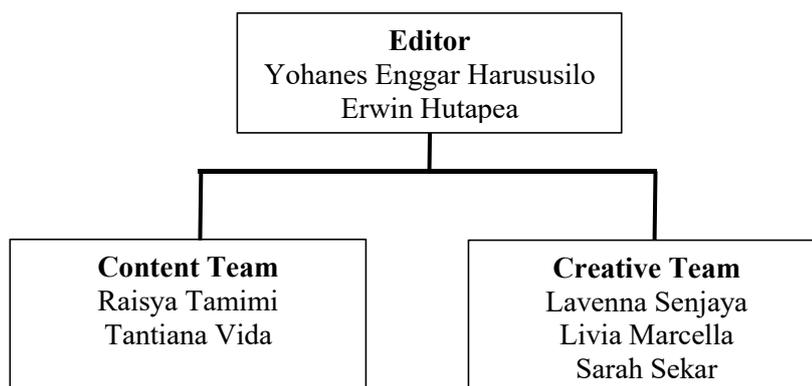
Gambar 2.4 Struktur Redaksi Digital Journalism Camp



Sumber: Kompas.com

### 2.2.1 Bangsul\_id

Gambar 2.5 Struktur Redaksi Bangsul\_id



Sumber: Bangsul\_id

Penulis menggunakan Bangsul\_id, proyek penulis yang bekerjasama dengan Kompas.com, untuk memenuhi praktik kerja melalui *Digital Journalism Camp*.

Dalam praktik kerja tersebut, penulis membahas dan memvisualisasikan kembali pemberitaan Kompas.com dari kanal *Entertainment, Travel, Sains, Edukasi dan Lifestyle* sebagaimana yang telah ditentukan oleh Pemimpin Redaksi Kompas.com, Wisnu Nugroho. Tidak menutup kemungkinan bahwa rubrik lainnya juga divisualisasikan di Bangsul\_id.

Dalam penugasan, Bangsul\_id diawasi oleh dua editor yaitu Yohanes Enggar Harususilo dan Erwin Hutapea. Kedua editor tersebut yang mengontrol kinerja penulis, menyetujui konten yang dibuat oleh penulis hingga memberi saran terhadap setiap konten yang diproduksi.

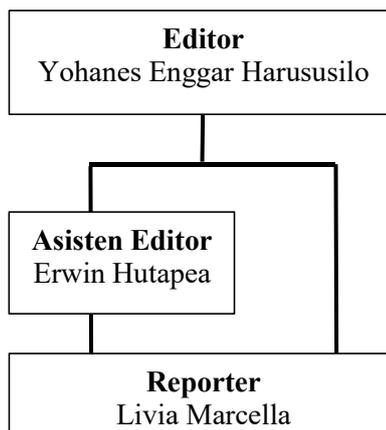
Bangsul\_id adalah karya penulis dan empat teman lainnya yaitu Lavenna Senjaya, Sarah Sekar Larasati, Tantiana Vida, dan Raisya Tamimi. Penugasan pun dibagi menjadi dua yaitu tim konten dan tim kreatif. Tim konten bertugas untuk menyeleksi artikel untuk divisualisasikan dan membuat konsep visualnya untuk mempermudah tim kreatif. Tim kreatif memiliki tanggung jawab untuk membuat visual terhadap konten yang sudah

direncanakan oleh tim konten dan sekaligus yang mendistribusikan konten.

Tugas penulis dalam Bangsul\_id adalah sebagai tim kreatif, ilustrator, yang memvisualisasikan konten pemberitaan yang sudah dipilih oleh tim konten. Ilustrasi juga dibantu oleh rekan penulis yaitu Lavenna Senjaya dan Sarah Sekar Larasati. Penulis juga mendistribusikan hasil konten di Instagram Bangsul\_id. Sewaktu-waktu penulis juga membantu dalam mencari dan membuat konsep konten berita untuk divisualisasikan dan disebarakan dalam Bangsul\_id.

### 2.2.2 Desk Edukasi

Gambar 2.6 Struktur Redaksi Edukasi



Sumber: Kompas.com

Edukasi merupakan salah satu rubrik yang ada di Kompas.com. Dilihat dari situs Kompas.com, rubrik Edukasi memiliki sub rubrik yakni Sekolah, Perguruan Tinggi, Pendidikan Khusus, dan Beasiswa.

Desk Edukasi dipimpin oleh Yohanes Enggar Harususilo sebagai editor yang memiliki tugas untuk menentukan peliputan para reporter dan menyunting berita yang telah ditulis oleh reporter. Sang editor juga ditemani oleh asisten editor, Erwin Hutapea, yang membantu editor jika berhalangan untuk bertemu

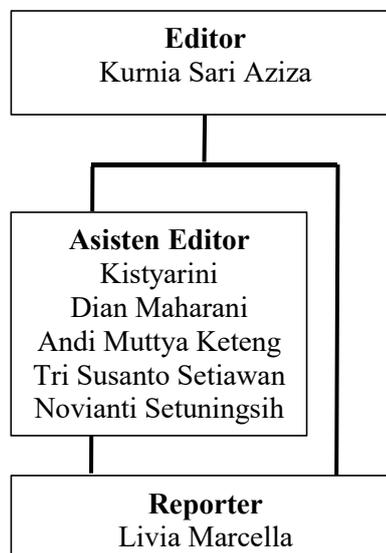
dengan reporter dan membimbing reporter selama proses kerja magang. Kedua editor tersebut sekaligus menjadi editor penulis dalam program kerja magang *Digital Journalism Camp* untuk *Bangsul\_id*.

Pada desk ini, penulis ditugaskan untuk menjadi reporter dalam meliput acara yang berhubungan dengan edukasi. Setelah ditugaskan untuk meliput, penulis juga diminta untuk menulis berita dan memotret beberapa bukti acara dan kejadian yang ada pada berita tersebut.

Bukan hanya menulis, penulis dan tim juga ditugaskan untuk membuat video pendek yang berhubungan dengan edukasi. Dalam pembuatan video, penulis membantu dalam melakukan ilustrasi beberapa gambar dan mengisi *voice over* sebagai narator.

### 2.2.3 Desk Hype

Gambar 2.7 Struktur Redaksi Hype



Sumber: Kompas.com

Pada tanggal 18 Oktober 2019, penulis diberi penugasan baru oleh Pemimpin Redaksi Kompas.com, Wisnu Nugroho, di desk Hype.

Rubrik Hype mengalami perubahan pada kanalnya. Awalnya, rubrik ini dinamakan *Entertainment*. Sejak 1 November 2019, *Entertainment* dirubah menjadi Hype. *Entertainment* tidak hilang tetapi dirubah menjadi 'Ent!' dan masuk menjadi sub rubrik Hype. Hype dibagi menjadi lima sub rubrik yakni Seleb, Film, Ent!, Musik, dan Hits.

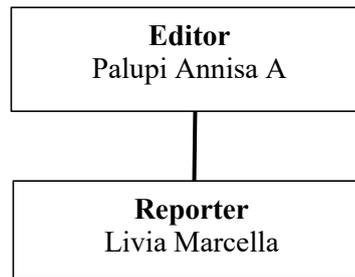
Setelah melakukan wawancara dengan editor deks Hype, berubahnya *Entertainment* menjadi Hype juga dikarenakan kanal Hype lebih dikenal oleh pencarian Google dibandingkan *Entertainment*. Selain itu, konten Hype menampilkan pemberitaan yang lebih segar dan beragam. Tidak sebatas seputar selebritas, tetapi juga musik, film, dan juga YouTuber.

Desk Hype dipimpin oleh Kurnia Sari Aziza yang bertugas untuk membimbing, mengarahkan, dan mengembangkan kemampuan reporter. Selain itu, sang editor juga menentukan isu dan peliputan untuk digarap oleh reporter serta menyunting artikel yang telah ditulis oleh reporter. Dalam penyuntingan artikel, sang editor dibantu oleh lima asisten editor yaitu Kistyarini, Dian Maharani, Andi Muttya Keteng, Tri Susanto Setiawan, dan Novianti Setuningsih.

Dalam desk ini, penulis ditugaskan sebagai reporter yang menulis dan mencari berita seputar dunia hiburan. Penulis juga melakukan peliputan dan memotret beberapa bukti foto untuk artikel. Dalam sehari, penulis menulis dua hingga lima artikel. Pemberitaan yang ditulis berasal dari hasil liputan dan pencarian melalui media sosial maupun media luar.

#### **2.2.2.4 Desk JEO**

Gambar 2.8 Struktur Redaksi JEO



Sumber: Kompas.com

Pada 9 September 2019, penulis ditemukan dengan editor JEO, Palupi Annisa Auliani, untuk menjalankan sebuah proyek tulisan mendalam.

Sebagai informasi, JEO adalah sebuah rubrik baru yang berada di dalam situs Kompas.com. Pada dasarnya, JEO menampilkan informasi ataupun berita dengan format yang panjang dan rinci dalam setiap penjelasannya. Dalam tulisan panjang tersebut juga didukung dengan gambar, infografik, foto, dan teks.

Pada desk ini, penulis diminta untuk merancang sebuah topik yang dekat dengan generasi muda untuk dijadikan sebagai sebuah berita mendalam. Penulis melakukan riset topik, mencari narasumber hingga melakukan peliputan secara mandiri.

Untuk menjalani rancangan proyek tersebut, penulis melakukan koordinasi dengan sang editor. Tugas sang editor adalah mengawasi, menuntun dan memberi arahan kepada penulis terhadap rancangan topik yang diajukan.

Penulis telah merancang tiga topik dengan tim untuk nantinya diberi kepada desk JEO. Adapun topik tersebut adalah pahlawan generasi muda, kesulitan membangun sebuah grup band, dan *body shaming*. Namun seiring berjalannya waktu hanya satu topik yang terjalani karena adanya hambatan dari tim dengan sang editor.