

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. PROFIL PERUSAHAAN

Kompas.com yang awalnya dikenal dengan nama Kompas Online dipublikasikan pertama kalinya pada 14 September 1995. Kompas Online atau KOL dapat diakses melalui kompas.co.id, dan kontennya merupakan hasil replika dari berita-berita harian Kompas yang keluar pada hari itu.

Pembuatan KOL itu sendiri ditujukan agar orang-orang yang berada di pelosok dan sulit dijangkau oleh jaringan distribusi Kompas dapat tetap mengonsumsi dan menikmati seluruh informasi dari harian Kompas. Para pembaca yang berada di Indonesia bagian timur dan di luar negeri dapat menikmati harian Kompas dengan membuka KOL, tanpa harus menunggu hingga hari berikutnya.

Setahun selanjutnya, alamat situs KOL berubah menjadi www.kompas.com. Dengan alamat baru ini, nama KOL semakin populer dan terdengar oleh para pembaca harian Kompas di luar negeri.

Melihat antusiasme para pembaca KOL, akhirnya KOL dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis di bawah bendera PT Kompas Cyber Media (KCM) pada 6 Agustus 1998. Perubahan ini juga membuat KOL dikenal dengan sebutan KCM. Konten berita tidak lagi hanya replika dari harian Kompas, namun juga memuat berita-berita yang terjadi sepanjang hari.

Seiring perkembangan internet yang semakin pesat, KCM juga mengembangkan dan mendengar masukan demi masukan dari para pembaca. KCM telah menjadi pilihan para pembaca untuk mengonsumsi informasi. Selama 10 tahun KCM berjalan, tentu banyak perubahan-perubahan minor yang terjadi, dan perubahan ini bertujuan agar KCM menjadi lebih baik.

Akhirnya, pada 29 Mei 2008 KCM melakukan *re-branding* dan memperkenalkan dirinya sebagai Kompas.com. Dengan ini, produktivita sajian berita ditingkatkan demi memproduksi informasi yang relevan bagi para pembaca. Bukan hanya itu, dengan perubahan nama ini, Kompas.com ingin memperkenalkan

bahwa portal berita ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pembaca mengenai informasi-informasi yang saat ini deras akan ambiguitas.

Hingga kini, Kompas.com mengganti *tagline*-nya, menjadi “Jernih Melihat Dunia”, berharap dengan mengonsumsi berita dari Kompas.com, para pembaca dapat melihat apa yang tersingkap di dunia ini, dan memahami apa yang sedang terjadi dengan kaca mata yang lebih jernih.

Ada pula beberapa penghargaan yang diberikan kepada Kompas.com dari tahun ke tahun Mulai dari penghargaan media daring terbaik (2011), sampai dengan media daring terpercaya pada tahun 2019.

2.1.1 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Kompas.com



Warna oranye, biru, dan hijau pada logo Kompas.com (gambar 2.1) merepresentasikan beragamnya lembaga Kompas.com. Logo digambarkan dalam bentuk tulisan Kompas.com arah 360 derajat, mengartikan bahwa Kompas.com ingin memuat nilai keberagaman dan tidak sekedar mendasarkan pada satu arahan. Di sebelah kiri terdapat segitiga yang tumpang tindih merupakan bentuk representasi panah petunjuk arah yang diilhami dari arah mata angin yang sejalan dengan nilai Kompas.com sebagai pedoman berita bagi pembacanya.

2.1.2 Visi & Misi Perusahaan

Visi dari PT. Kompas Cyber Media (Kompas.com)

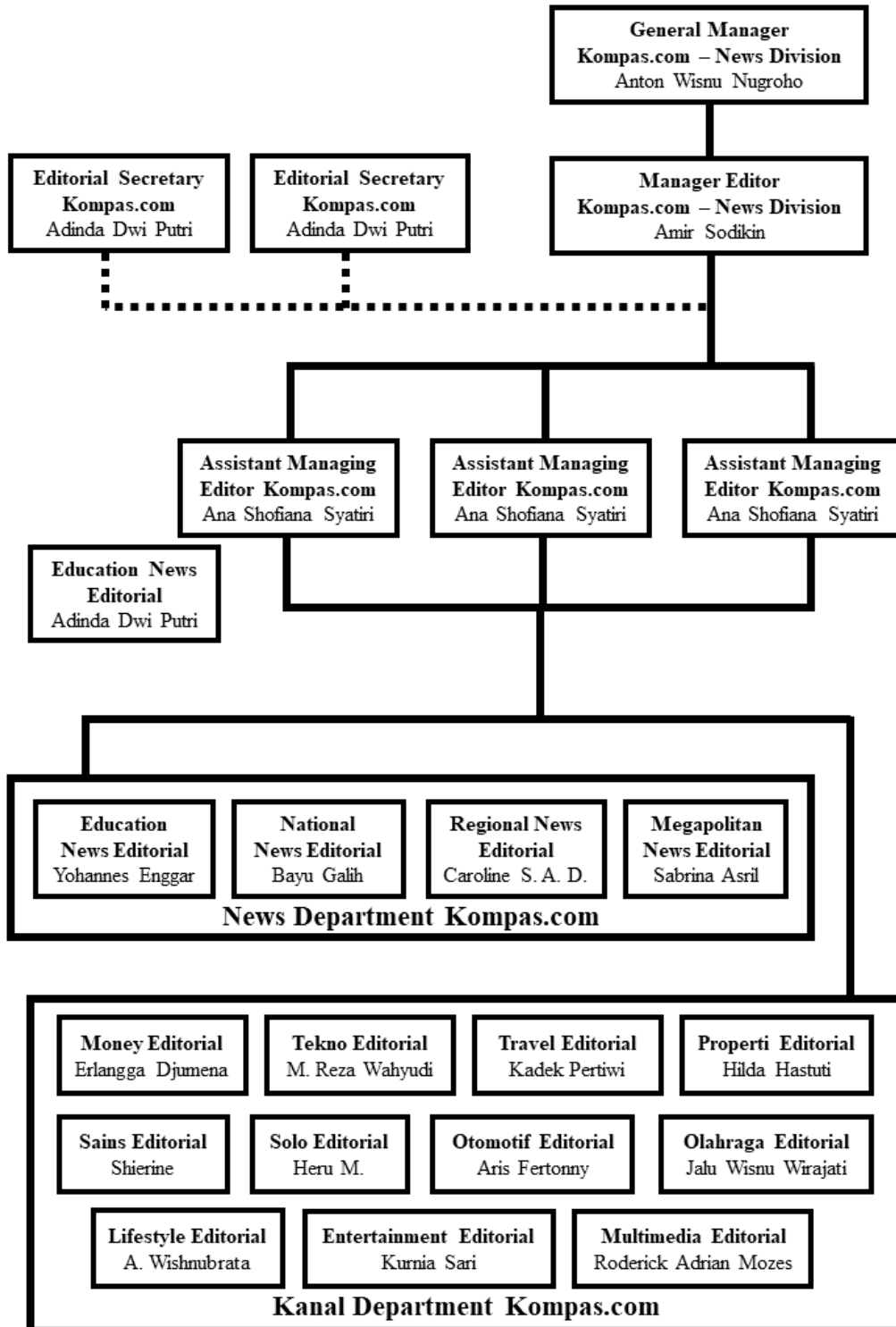
To be the best, largest, and most profitable multimedia portal in Indonesia as well as in South East Asia.

Misi dari PT. Kompas Cyber Media (Kompas.com)

By Providing the largest and most credible information to enlighten and entertainment individual and communities.

2.1.3 Struktur Redaksi Kompas.com

Gambar 2.2 Struktur Redaksi Kompas.com



Penulis melakukan kerja magang pada divisi berita Kompas.com yang dikepalai oleh Wisnu Nugroho. *General Manager* berkoordinasi langsung dengan

Assistant Managing Editor yaitu Ana Shofiana Syatiri. Untuk koordinasi antar divisi per kanal, maka seluruh editor di Kompas.com berkoordinasi langsung kepada *Assistant Managing Editor*. Tidak jarang juga terjadi koordinasi antar kanal mengenai pemberitaan atau liputan-liputan tertentu. Kompas.com sendiri memiliki sekretaris yang mengurus administrasi, absensi, dan surat pernyataan dari Kompas.com, bernama Adinda Dwi Putri yang bertanggung jawab langsung kepada Wisnu Nugroho.

2.1.4 Kanal Kompas.com

Kompas.com selalu memperbarui dan mengembangkan kanal-kanal yang ada di redaksinya. Saat ini, Kompas.com memiliki 15 kanal aktif. Kanal-kanal tersebut yakni:

1. KOMPAS News

Kanal ini menampilkan berita-berita terkini yang terjadi. Kanal ini dibagi menjadi empat bagian yaitu nasional, internasional, megapolitan, dan regional.

2. KOMPAS Tren

Menyajikan berita-berita terkini yang sedang menjadi riuh rendah masyarakat.

3. KOMPAS Hype

Kanal ini merupakan kanal hiburan milik Kompas.com yang membahas mengenai musik, seleb, film, dan *entertainment*.

4. KOMPAS Money

Berita yang memaparkan mengenai segala hal tentang bisnis, keuangan, dan ekonomi yang terjadi di Indonesia.

5. KOMPAS Bola

Berita seputar sepak bola mulai dari pertandingannya, tim, dan *update* skors.

6. KOMPAS Tekno

Mengulas tentang perkembangan teknologi yang terjadi di masa sekarang seperti pengembangan *software* terbaru, sampai dengan keluarnya *smartphone* baru.

7. KOMPAS Sains
Berfokus pada fenomena yang terjadi, seperti bencana alam, dan perputaran bumi. Selain itu flora, fauna, dan hal-hal ilmiah lainnya juga dibahas pada kanal ini.
8. KOMPAS Otomotif
Menyajikan berita seputar kendaraan, *trend* terbaru mobil dan motor, dan tips merawat kendaraan.
9. KOMPAS Lifestyle
Membahas seputar gaya hidup manusia, mulai dari gaya busana, cara merawat diri sampai dengan budaya.
10. KOMPAS Properti
Memuat direktori lengkap tentang properti dan artikel terkait rumah, apartemen, serta tempat tinggal lainnya.
11. KOMPAS Travel
Memuat informasi mengenai fakta dan tips tempat-tempat yang menarik untuk didatangi.
12. KOMPAS Edukasi
Membahas seputar edukasi di Indonesia, mulai dari acara pensi sekolah, sampai dengan penjabaran beasiswa. Selain itu juga memaparkan data-data terkait universitas di Indonesia.
13. KOMPAS JEO
Kanal baru yang dicetuskan oleh Kompas.com, berisi hasil peliputan mendalam mengenai berbagai topik. Berita dirangkai dengan *multimedia coverage* di mana didalamnya bukan hanya tulisan panjang, namun juga video, foto, dan infografis.
14. KOMPAS Images
Menyajikan foto-foto berita yang berkualitas dan beresolusi tinggi, hasil pemilihan editor foto Kompas.com.
15. KOMPAS Kolom
Kanal untuk para kolumnis menuliskan apa yang dipikirkannya lintas kanal.

2.2. RUANG LINGKUP KERJA DIVISI TERKAIT

Penulis memiliki dua penempatan kerja yang keduanya penting dalam perjalanan kerja magang. Maka dari itu sangat dibutuhkan kemampuan pembagian waktu yang rapih, sehingga tidak ada yang tertinggal dan terbengkalai.

Penempatan kerja pertama, penulis menjadi *visual data journalist* pada redaksi Buah Pikir. Buah Pikir merupakan sebuah media digital progresif yang menyediakan informasi-informasi berdasarkan data-data yang tersebar luas, dikemas semenarik mungkin sehingga memberikan fakta-fakta yang dapat dipercaya oleh Teman Pikir (sebutan pembaca media Buah Pikir).

Dibentuk oleh empat mahasiswa yang mengikuti program *Digital Journalism Camp*, Buah Pikir memiliki delapan kanal, yaitu:

1. #BuahPolitik

Buah Pikir menyajikan kanal politik yang mengangkat informasi-informasi seputar politik Indonesia.

2. #BuahSosial

Sama seperti namanya, kanal ini membahas mengenai isu-isu kemanusiaan dan keadilan.

3. #BuahHukum

Kanal yang memberikan pengetahuan mengenai dunia hukum baik yang terbaru maupun dalam bentuk *feature* disandingkan dengan Undang-Undang yang tertulis.

4. #BuahKultural

Memuat informasi sebuah budaya-budaya yang marak terjadi di masyarakat luas. Bukan hanya budaya yang terlihat, namun yang tidak terlihat.

5. #BuahHidup

Membahas seputar isu alam dan memaparkannya dalam bentuk angka maupun data kualitatif.

6. #TokohBuah

Mengangkat tokoh inspiratif yang diharapkan dapat menginspirasi pembaca.

7. #BuahKarya

Kanal yang memamerkan karya-karya yang diciptakan oleh seseorang melalui submisi resmi Buah Pikir.

8. #BuahKenangan

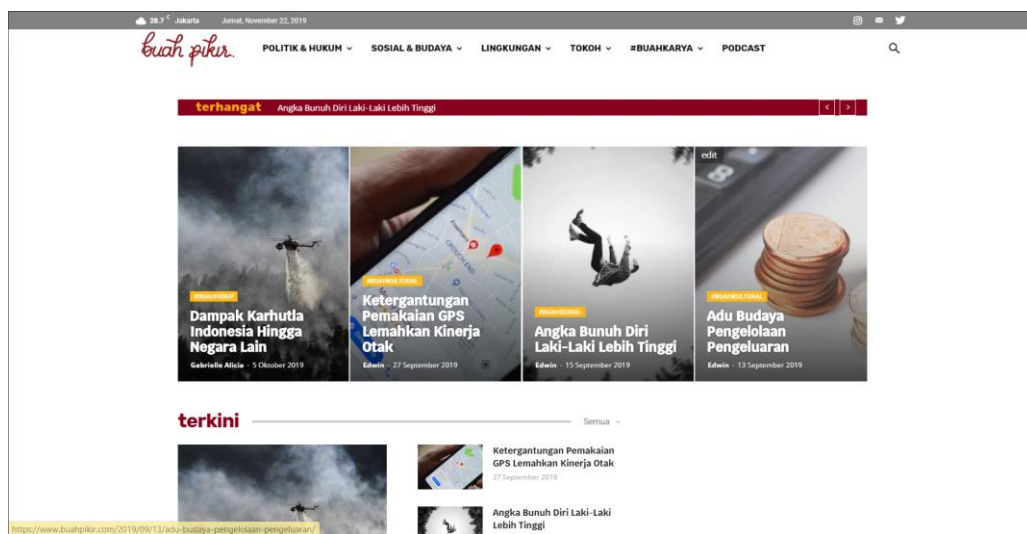
Menyajikan informasi seputar tanggal yang ditentukan dan apa yang terjadi pada tanggal tersebut.

9. #BuahBibir

Kanal yang menyajikan *podcast* bagi para pembaca.

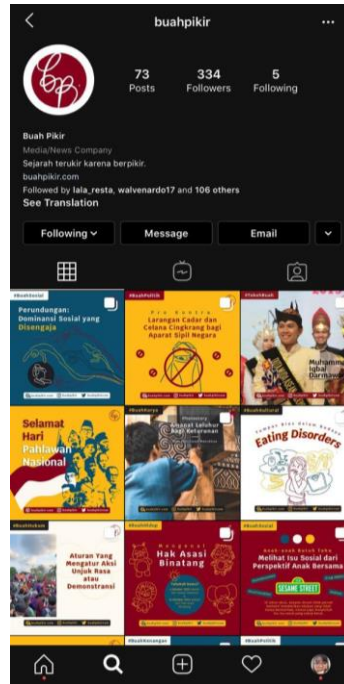
Buah Pikir menyajikan seluruh konten digital melalui situs buahpikir.com (gambar 2.3), dan media sosial Instagram @Buahpikir (gambar 2.4).

Gambar 2.3 Website Buah Pikir (buahpikir.com)



Melihat dari gambar 2.3, situs Buah Pikir memiliki gaya minimalis dengan warna latar putih mengikuti perkembangan zaman saat ini. Tentunya, pemilihan warna tulisan dan opsi disesuaikan dengan warna yang telah ditentukan oleh seluruh anggota, dan telah dijadikan warna dasar dari Buah Pikir sendiri. Warna tersebut adalah biru, merah, kuning, putih, dan hitam. Pada bagian awal, terdapat kolom “terhangat” yang merupakan berita-berita yang paling banyak dilihat oleh Teman Pikir dalam rentang waktu satu minggu. Dilanjutkan kolom berikutnya yaitu kolom “terkini”, di mana kolom ini merupakan berita yang baru saja diunggah. Dan diakhiri dengan tampilan berita-berita setiap kanalnya.

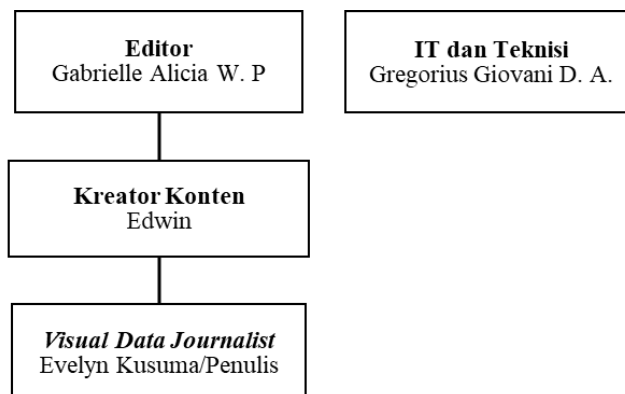
Gambar 2.4 Media Sosial Instagram Buah Pikir (@Buahpikir)



Pada media sosial Buah Pikir yang berada pada gambar 2.4, warna yang menjadi dominan adalah warna dasar dari Buah Pikir. Setiap unggahan memiliki keunikan masing-masing, dilihat dari setiap ilustrasi yang mengikuti informasi awal yang diberikan oleh kreator konten.

Pada sebuah media rintisan tentunya diperlukan juga struktur organisasi. Hal ini dilakukan agar masing-masing rekan kerja mengetahui posisi dan tanggung jawabnya masing-masing beserta dengan *job desc* kanal yang telah ditentukan dari awal pembuatan Buah Pikir. Namun, dikarenakan Buah Pikir merupakan media yang baru merintis, maka tidak jarang penulis dan rekan saling mem-*back-up* demi kelancaran perkembangan media ini sendiri.

Gambar 2.5 Struktur Organisasi Buah Pikir



Berdasarkan gambar 2.5, penulis bertanggung jawab langsung kepada kreator konten. Kreator konten ialah yang bertugas melakukan riset secara mendalam mengenai konten yang ingin diangkat pada Buah Pikir. Sedangkan, kreator konten bertanggung jawab kepada editor yang nantinya memastikan konten-konten diunggah tepat waktu. Tidak jarang pula penulis melakukan pengecekan ulang bersama editor.

Selain itu, penulis juga menjadi bagian dari jurnalis Kompas.com kanal edukasi. Dengan demikian, ada pula tanggung jawab yang diemban oleh penulis untuk meliput dan menulis beberapa artikel untuk Kompas.com. Seluruh artikel yang ditulis dipertanggungjawabkan kepada editor Kompas.com kanal edukasi. Tidak hanya menulis, penulis juga dituntut untuk bisa menghasilkan foto jurnalistik yang disisipkan pada setiap artikel Kompas.com yang diproduksi oleh penulis maupun rekan kerja magang. Kemampuan videografi juga dibutuhkan dalam pemenuhan tugas yang diberikan oleh Kompas.com kanal edukasi.

Berdasarkan gambar 2.6, penulis sebagai reporter Kompas.com bertanggung jawab kepada editor Kompas.com kanal edukasi yaitu Yohanes Enggar. Jika editor tidak dapat ditemui untuk melakukan rapat mingguan, penulis bertemu dengan Erwin Hutapea, asisten editor pada kanal edukasi Kompas.com. Selain itu, penulis juga diminta untuk menulis artikel pada kanal JEO Kompas.com, namun penulis tidak bertemu langsung dengan editor kanal JEO, melainkan editor yang perantara dalam proses komunikasi.

Gambar 2.6 Alur Koordinasi Kerja Magang Penulis di Kompas.com

