



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 Kompas.com

Mengutip dari laman resmi *Kompas.com*, *Kompas.com* merupakan salah satu pelopor media *online* di Indonesia yang pertama hadir di Internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas Online. Kompas Online atau KOL sebelumnya diakses dengan menggunakan *kompas.co.id* dan laman itu hanya menampilkan replika dari berita-berita yang terbit pada harian Kompas.

Pada awal tahun 1996, alamat Kompas Online kemudian berubah menjadi *www.kompas.com* dengan tujuan untuk memberikan layanan yang maksimal kepada masyarakat. Dengan alamat baru tersebut, Kompas Online menjadi semakin populer di kalangan para pembaca setia harian Kompas yang berada di luar negeri.

Kompas Online kemudian mengembangkan diri menjadi sebuah unit bisnis tersendiri di bawah PT Kompas Cyber Media (KCM) pada 6 Agustus 1998 karena melihat potensi digital yang besar. Pada era ini, Kompas Online lebih dikenal dengan sebutan KCM dan para pengunjungnya pun tidak hanya mendapatkan replika harian Kompas, tetapi juga mendapatkan update perkembangan berita-berita terbaru yang sedang terjadi sepanjang hari.

Pada tanggal 29 Mei 2008, Kompas Online (KCM) rebranding menjadi *Kompas.com* karena ingin menunjukkan kembali brand Kompas yang selama ini dikenal selalu menghadirkan jurnalisme yang memberi makna. Kanal-kanal berita pada portal ini pun mulai ditambahkan dan produktivitas sajian beritanya juga ditingkatkan demi memberikan sajian informasi yang update dan aktual kepada para pembaca.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Kompas.com memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Menjadi kelompok usaha media terbaik di Asia Tenggara dengan struktur keuangan yang solid melalui usaha berbasis pengetahuan yang senantiasa bertransformasi untuk menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhunekaan, adil dan sejahtera.

2.1.3 Tagline Perusahaan

Kompas.com memiliki tagline sebagai berikut.

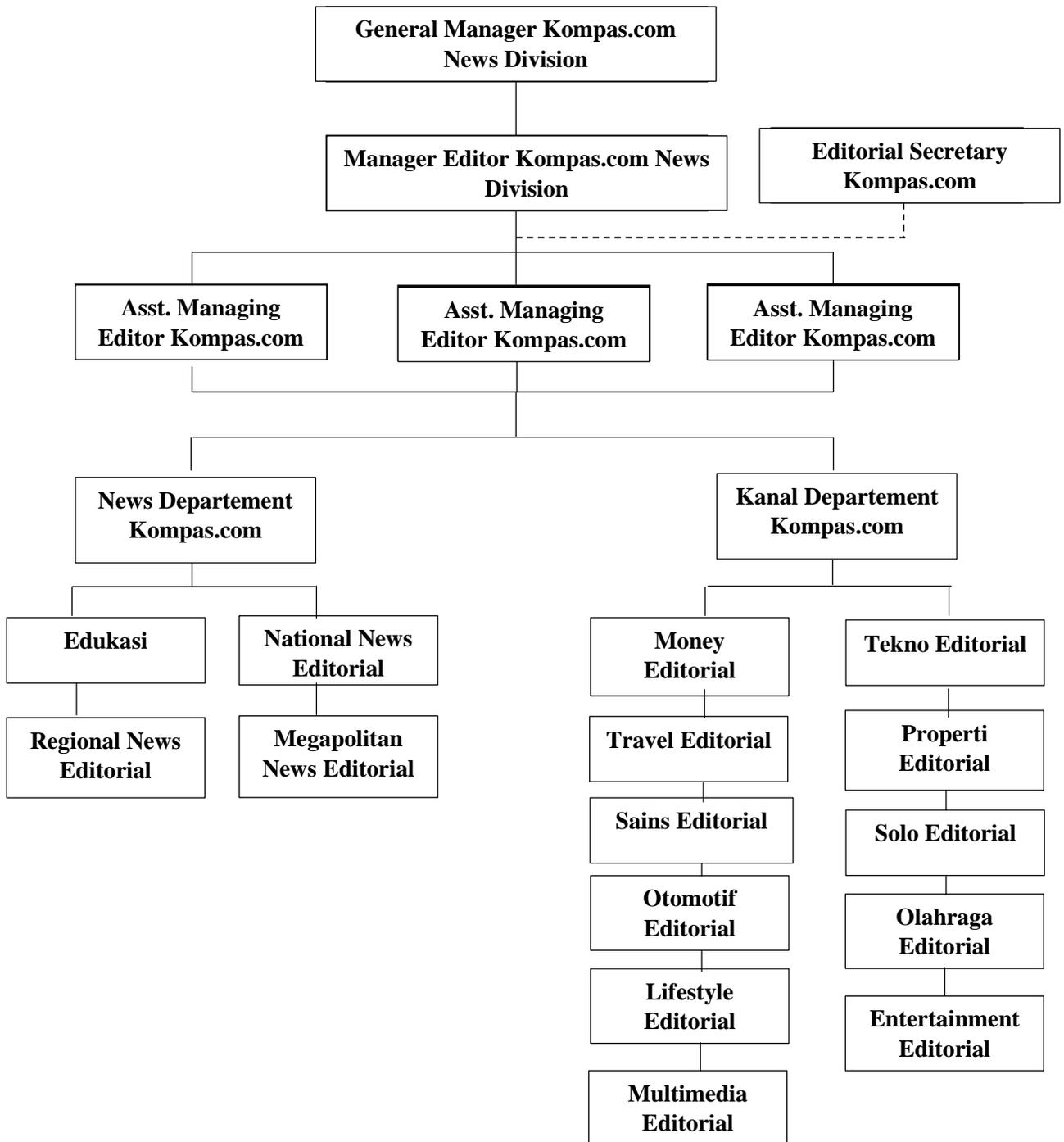
“Jernih Melihat Dunia”

Dengan adanya tagline tersebut, *Kompas.com* ingin memosisikan diri sebagai media yang selalu menyajikan informasi dengan obyektif, independen, utuh, dan tidak bias atau terbebas dari berbagai kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan.

2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini struktur organisasi perusahaan *Kompas.com*.

Gambar 2.1 Struktur Redaksi Kompas.com



(Sumber: HRD Kompas.com)

General Manager News Division : Anton Wisnu Nugroho
Manager Editor News Division : Amir Sodikin
Editorial Secretary : Adinda Dwi Putri
: Ira Fauziah
Assistant Managing Editor : Johannes Heru Margianto
: Laksono Hari Wiwoho
: Ana Shofiana Syatiri

News Departement Kompas.com

Edukasi : Enggar
National News Editorial : Bayu Galih
Regional News Editorial : Cardine Sondang A.D
Megapolitan News Editorial : Sabrina Asril

Kanal Departement Kompas.com

Money Editorial : Erlangga Djumena
Tekno Editorial : M. Reza Wahyudi
Travel Editorial : Ni Luh Made Pertiwi
Properti Editorial : Hilda Hastuti
Sains Editorial : Shierine
Solo Editorial : Heru M
Otomotif Editorial : Aris Ferlonny

<i>Olahraga Editorial</i>	: Jalu Wisnu Wirajati
<i>Lifestyle Editorial</i>	: A. Wisnubrata
<i>Entertainment Editorial</i>	: Kurnia Sari
<i>Multimedia Editorial</i>	: Roderick Adrian Mozes

2.1.5 Logo Perusahaan

Kompas.com dengan simbol dua segitiga sama sisi yang merepresentasikan arah panah yang diharapkan sesuai dengan nilai yang diusung *Kompas.com*, yaitu Jernih Melihat Dunia, yang mengarahkan masyarakat untuk melihat sesuatu atau mendudukan perkara bukan hanya dari satu sisi melainkan dari berbagai sudut pandang yang luas.

Gambar 2.2 Logo Kompas.com



(Sumber: Kompas.com)

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis ditempatkan di kanal *travel* dan Ohayo Jepang. Kompas Travel merupakan kanal yang melakukan peliputan dan memproduksi karya jurnalistik yang berkaitan dengan pariwisata dan kuliner, seperti kabar mengenai rencana pariwisata di suatu daerah atau negara, panduan perjalanan ke berbagai daerah dan negara, kebijakan pemerintah untuk mengembangkan pariwisata di daerahnya, serta rekomendasi kuliner-kuliner khas dan unik untuk masyarakat. Sementara itu, kanal Ohayo Jepang merupakan kanal yang terbilang baru di *Kompas.com*. Menurut salah satu editor Kompas Travel, Ni Luh Made Pertiwi, Ohayo Jepang sudah ada dari akhir tahun 2017 tetapi masih bersatu dengan kanal *travel* dengan sub-rubrik Jepang Terkini. Lalu, pada Agustus 2018 Ohayo Jepang merilis *website* sendiri. Kanal ini bekerja sama dengan perusahaan media Jepang, yaitu Karaksa Media, terdiri dari beberapa reporter dari Jepang yang menuliskan berita-berita seputar gaya hidup, wisata, kuliner, visa, dan budaya di Jepang. (Ni Luh Made Pertiwi, Editor Travel, 6 November 2019).

Kanal *travel* memiliki target penulisan artikel sebanyak empat hingga lima artikel dalam sehari. Akan tetapi, jumlahnya dapat melebihi yang ditentukan apabila sedang terjadi isu-isu yang sedang populer di masyarakat untuk diolah menjadi beberapa sudut pandang yang baru. Sedangkan, sistem kerja di kanal Ohayo Jepang yaitu membuat atikel terjemahan sebanyak minimal tiga artikel dalam sehari. Setelah selesai menerjemahkan artikel yang sebelumnya telah diambil di komputer kantor, penulis harus menyerahkan kembali artikel yang telah selesai diterjemahkan ke komputer kantor. Hal itu terjadi dikarenakan media untuk mengumpulkan artikel berada di Google Drive dengan menggunakan lisensi salah satu perusahaan dari Jepang, yaitu Xymax Global Partner Corporation.