

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil *Kompas.com*

2.1.1 Sejarah *Kompas.com*

Kompas.com mulai hadir di Internet pada 14 September 1995 dengan nama *Kompas Online*. Sebelum menjadi *Kompas.com*, *Kompas Online* atau KOL yang diakses dengan alamat kompas.co.id hanya menampilkan replika dari berita-berita harian *Kompas* yang terbit hari itu. Kemudian, setelah mengalami pembaruan, *Kompas Online* kemudian berubah menjadi *Kompas.com* dan tidak hanya mempublikasikan replika berita *Harian Kompas*, melainkan mempublikasikan konten berita sendiri yang memiliki sifat berita media *online* (Kompas.com, n.d. paras. 1-2).

Kompas.com hadir dengan tujuan memberikan layanan kepada para pembaca *Harian Kompas* yang lokasinya sulit dijangkau oleh *Harian Kompas*. Awalnya *Kompas Online* hadir untuk membuat para pembaca *Harian Kompas* terutama di Indonesia bagian timur dan di luar negeri dapat menikmati *Harian Kompas* di waktu sesegera mungkin dan tidak perlu menunggu hingga keesokan hari (Kompas.com, n.d. para. 3).

Alamat *Kompas Online* mulai berubah menjadi www.kompas.com pada awal tahun 1996. *Kompas Online* berkembang menjadi unit bisnis mandiri di bawah naungan PT Kompas Cyber Media (KCM) pada 6 Agustus 1998. Sejak perubahan alamat itu, *Kompas Online* kemudian disebut KCM. *Kompas Online* kemudian lebih dikenal dengan sebutan KCM. Hingga saat ini, pengunjung KCM tidak lagi hanya menikmati konten yang ada di replika *Harian Kompas*. KCM menyajikan replika terbaru dan terbaru sepanjang hari (Kompas.com, n.d. paras. 4-5).

Portal berita www.kompas.com atau KC melakukan *rebranding* menjadi *Kompas.com* pada 29 Mei 2008. *Rebranding* ini juga menambah kanal-kanal berita dan terjadi peningkatan produktivitas sajian berita.

Gambar 2. 1 Logo *Kompas.com*



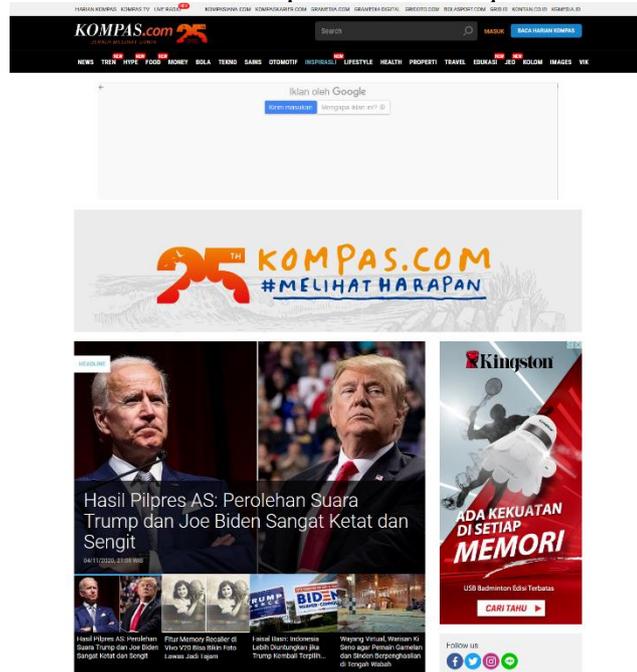
Sumber: *Human Resources Department Kompas.com*

Arti dari logo *Kompas.com* digambarkan dalam bentuk tulisan Kompas dengan warna-warni *direction* 360 derajat. Hal ini memiliki arti bahwa *Kompas.com* ingin memuat nilai keberagaman dan tidak sekedar mendasarkan pada satu arahan. Pada logo *mark*, terdapat segitiga yang tumpang tindih sebagai bentuk representasi panah petunjuk arah dan diilhami dari arah mata angin yang sejalan dengan nilai-nilai *Kompas.com* sebagai pedoman berita bagi pembacanya. Perbedaan sudut rotasi antara kedua segitiga diartikan sebagai kebebasan dalam memilih pandangan dan pendapat bagi pembaca. Warna jingga, hijau dan biru merepresentasikan beragamnya lembaga *Kompas.com* (Adelia, personal communication, November 17, 2020).

2.1.2 Data umum *Kompas.com*

Nama Perusahaan	:	PT Kompas Cyber Media
Nama Media	:	<i>Kompas.com</i>
Alamat	:	Jl. Palmerah Selatan No. 22-25, Jakarta, 10270
No. Telp	:	021-53699200/021-5350377
<i>E-mail</i> Redaksi	:	redaksikcm@kompas.com
Website	:	www.kompas.com
Media Sosial	:	1. Facebook : @KOMPAScom
	:	2. Instagram : @kompascom
	:	3. Twitter : @kompascom
	:	4. Youtube : Kompas.com
	:	5. TikTok : kompascom

Gambar 2. 2 Tampilan Situs *Kompas.com*



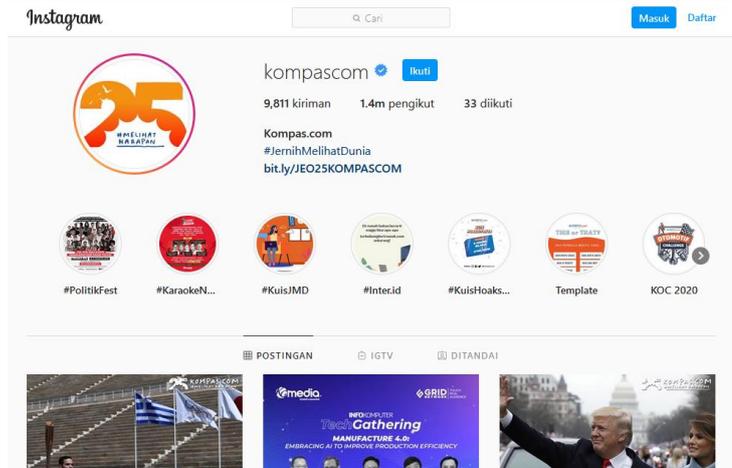
Sumber: Dokumentasi Penulis (diambil dari laman *Kompas.com*)

Gambar 2. 3 Tampilan Halaman Facebook *Kompas.com*



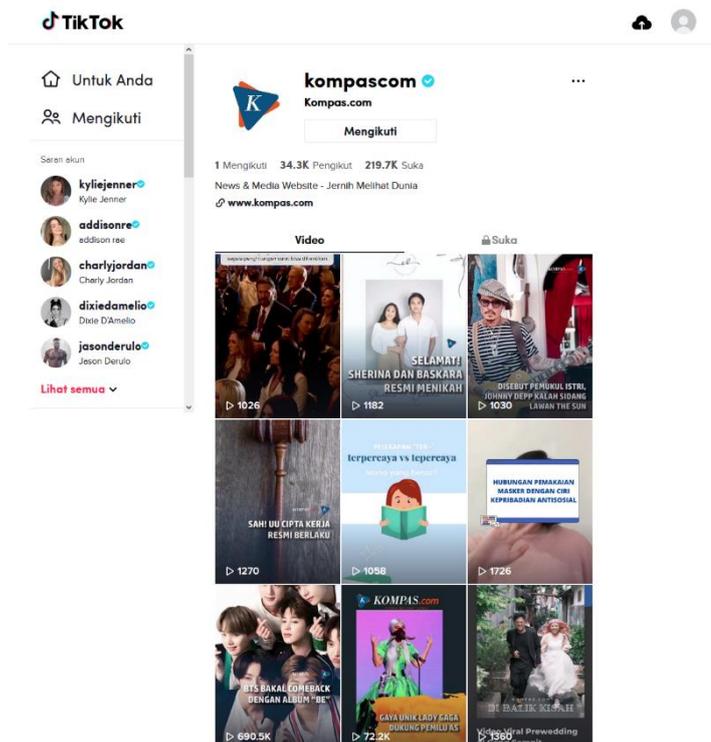
Sumber: Dokumentasi Penulis (laman Facebook *Kompas.com*)

Gambar 2. 4 Tampilan Laman Instagram *Kompas.com*



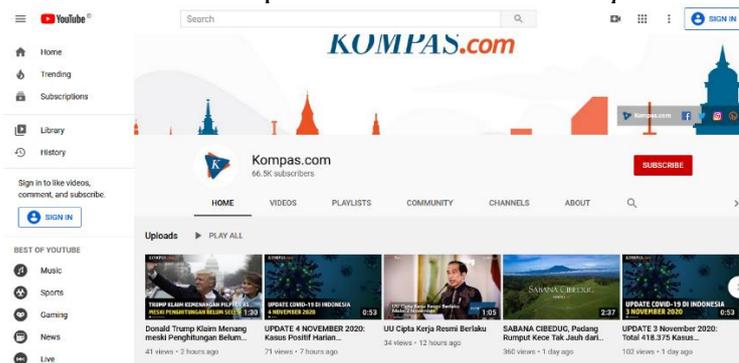
Sumber: Dokumentasi Penulis (laman Instagram *Kompas.com*)

Gambar 2. 5 Tampilan Laman TikTok *Kompas.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (laman Instagram *Kompas.com*)

Gambar 2. 6 Tampilan Laman Youtube *Kompas.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (laman Youtube *Kompas.com*)

2.1.3 Visi Misi *Kompas.com*

Berdasarkan informasi dari *Human Resources Department Kompas.com*, visi misi dari Kompas Gramedia adalah sebagai berikut (Adelia, personal communication, November 17, 2020):

Visi dan misi *Kompas.com*:

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

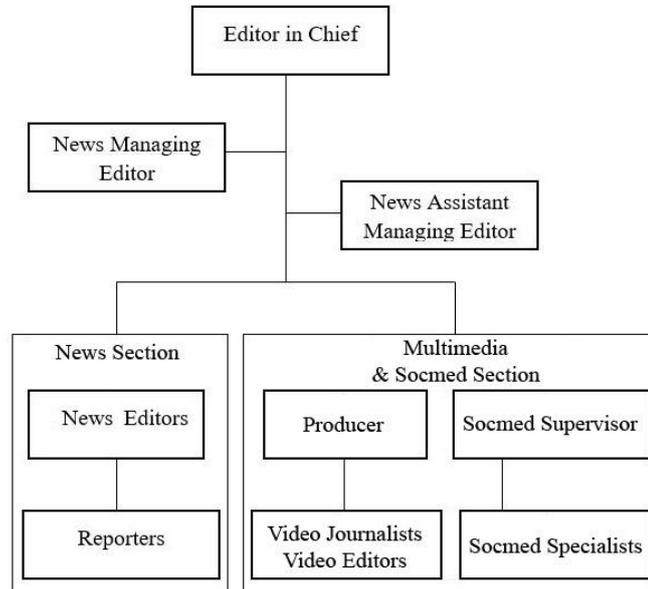
Karena *Kompas.com* berada sepenuhnya dalam naungan Kompas Gramedia, penulis juga menambahkan visi misi Kompas Gramedia sebagai tambahan. Berdasarkan laman Kompas Gramedia, visi dan misi mereka adalah (Kompas Gramedia, n.d., para. 1):

Visi dan misi Kompas Gramedia:

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.”

2.1.4 Struktur Organisasi *Kompas.com*

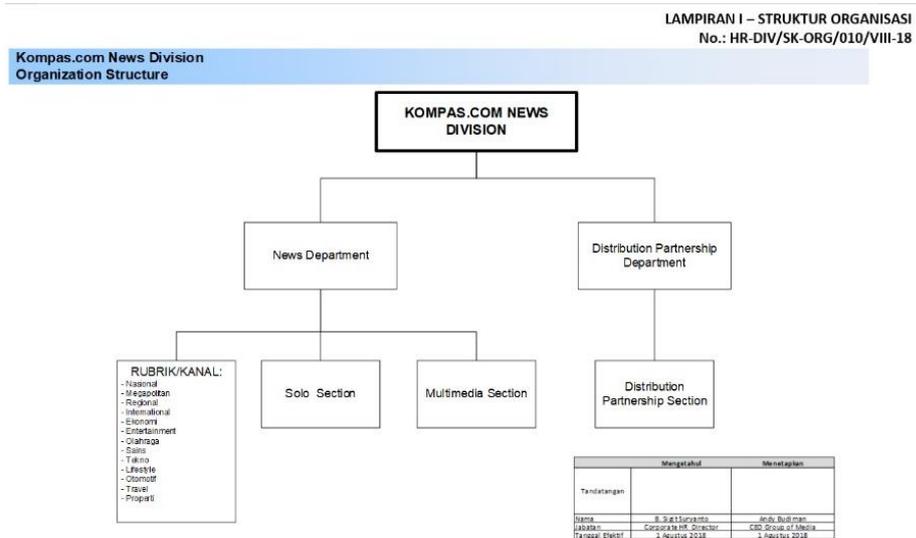
Gambar 2. 7 Struktur Organisasi *Kompas.com*



Sumber: *Human Resources Department Kompas.com*

Struktur organisasi *Kompas.com* terbagi menjadi dua bagian besar, yaitu departemen *News* dan Departemen *Distributor Partnership*. Departemen *Partnership* kemudian menaungi *Distributor Partnership Section*. Departemen *News* menaungi Tim Rubrik/Kanal, *Solo Section*, dan *Multimedia Section*.

Gambar 2. 8 Struktur Organisasi Divisi *News Kompas.com*



Sumber: *Human Resources Department Kompas.com*

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh penulis melalui laman *Kompas.com*, terdapat nama-nama dan posisi karyawan *Kompas.com*. Di bawah ini penulis cantumkan daftar posisi dan nama karyawan yang membantu produksi konten di *Kompas.com* (Kompas.com, n.d.).

Posisi	Nama Karyawan
Editor in Chief	Wisnu Nugroho
Managing Editor	Amir Sodikin, Johannes Heru Margianto
Assistant Managing Editor	Laksono Hari Wiwoho, Ana Shofiana Syatiri, Caroline Sondang Andhikayani Damanik
Editors	Bayu Galih Wibisono, Diamanty Meiliana, Krisiandi, Fabian Januarius Kuwado, Icha Rastika, Kristian Erdianto, Dani Prabowo, Sabrina Asril, Sandro Gatra, Egidius Patnistik, Jessi Carina, Irfan Maullana, Ambaranie Nadia Kemala Movanita, Nursita Sari, Farid Assifa, Aprillia Ika, Robertus Belarminus, Abba Gabrillin, Erlangga Djumena, Bambang Priyo Jatmiko, Sakina Rakhma Diah Setiawan, Yoga Sukmana, Hilda Hastuti, Kurnia Sari Aziza, Dian Maharani, Kistyarini, Andi Muttya Keteng, Tri Susanto Setyawan, Aris Fertony Harvenda, Agung Kurniawan, Azwar Ferdian, Aditya Maulana, Agustinus Wisnubrata, Glori Kyrious

	Wadrianto, Lusiana Kus Anna Maryati, Bestari Kumala Dewi, Muhammad Reza Wahyudi, Reska Koko Nistanto, Oik Yusuf Araya, Gito Yudha Pratomo, Kahfi Dirga Cahya, Silvita Agmasari, Aloysius Gonsaga Angi Ebo, Eris Eka Jaya, Ferril Dennys Sitorus, Nugyasa Laksamana, Shierine Wangsa Wibawa, Sri Anindiati Nursastri, Wahyu Adityo Prodjo, Palupi Annisa Auliani, Erwin Kusuma Oloan Hutapea, Yunanto Wiji Utomo, Nibras Nada Nailufar, Ardi Priyatno Utomo, Michael Hangga Wismabrata, Gloria Setyvani Putri K., Inggried Dwi Wedhaswari, Resa Eka Ayu Sartika, Ariska Puspita Anggraini, Tri Indriawati
Reporters	Ihsanuddin, Rakhmat Nur Hakim, Ardito Ramadhan, Akhdi Martin Pratama, Rosiana Haryanti, Ira Gita Natalia Sembiring, Setyo Adi Nugroho, Stanly Ravel Pattiwaelapia, Nabilla Tashandra, Dian Reinis Kumampung, Wahyunanda Kusuma Pertiwi, Josephus Primus, Alsadadrudi, Mela Arnani, Luthfia Ayu Azanella, Retia Katika Dewi, Akbar Bhayu Tamtomo
Multimedia & Social Media	Roderick Adrian Mozes, Heribertus Kristianto Purnomo, Dino Oktaviano Sami Putra, Ari Prasetyo, Garry Andrew Lotulung, Andreas Lukas, Lulu Cinantya, Sherly Puspita, Pamela Djajasaputra
Administrative & Secretary	Adinda Dwi Putri, Yuliana Melati P., Ira Fauziah
Content Marketing	Alia Deviani, Fikria Hidayat, Sri Noviyanti, Mikhael Gewati, Sheila Respati, Anggara Wikan Prasetya, Hisnudita Hagiworo, Alek Kurniawan, Anissa Dea Widiarini, Aditya Mulyawan

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Multimedia & Media Sosial

Dalam struktur organisasi, penulis merupakan bagian dari divisi multimedia dan media sosial (*Multimedia & Social Media*), khususnya *video journalist* yang menangani media sosial *Kompas.com*. Divisi ini berada dalam naungan divisi *News* bertanggung jawab untuk membuat konten jurnalistik yang akan diterbitkan di berbagai kanal *Kompas.com*. Penulis masuk ke dalam divisi multimedia yang menangani media sosial *Kompas.com*, khususnya konten Youtube dan TikTok.

Berikut adalah deskripsi pekerjaan Divisi Multimedia/*multimedia section* (L. H. Wiwoho, personal communication, November 11, 2020):

1. Memproduksi foto dan/atau video yang mendukung kelengkapan artikel pada masing-masing kanal/rubrik *Kompas.com*
2. Memproduksi foto dan/atau video secara mandiri untuk ditayangkan di *Kompas.com* dan beragam platform sosial media *Kompas.com*
3. Menayangkan foto dan/atau video di *Kompas.com* dan beragam platform sosial media *Kompas.com* (Youtube: KROL & Mykompascom, Facebook: Kompascom, Instagram: Kompascom, TikTok: @Kompascom)

Berdasarkan wawancara terhadap Supervisor *Video Journalist* platform TikTok, Laksono, berikut alur kerja dan koordinasi *Multimedia & Social Media Section* (L. H. Wiwoho, personal communication, Desember 1, 2020):

- a. Tim multimedia yang terdiri dari fotografer, videografer, video editor, dan *photo specialist*. Video hasil produksi tim ini diunggah ke akun Youtube MyKompascom.
- b. Tim *mobile journalist (video journalist)* yang diberi tanggung jawab membuat konten video berdasarkan liputan di lapangan dan diunggah ke akun Youtube *Kompas.com* Reporter on Location (KROL) serta akun Facebook dan Twitter Kompascom. Dalam masa pandemi, tugas peliputan di lapangan ini dihentikan sementara sehingga tugas *mobile journalist* dialihkan sebagai *video journalist*, tugasnya antara lain mengemas berita *Kompas.com* menjadi video dengan memanfaatkan video-video dari berbagai sumber.
- c. Tim *social media* yang ada di Solo, Jawa Tengah, terdiri dari video editor, *scriptwriter*, dan supervisor. Tim ini mengemas video-video dari berbagai sumber dan mengunggahnya ke Youtube KROL, Facebook, Twitter, serta Instagram *Kompas.com*.

Menurut Laksono, yang membedakan konten TikTok dan media sosial lain di *Kompas.com* adalah kebebasan berkreasi sesuai platform yang digunakan. Pada platform TikTok, *Kompas.com* memberi kelonggaran lebih untuk membuat konten kreatif yang bersifat informatif sekaligus menghibur, tidak melulu konten berita.

Namun, pembuatan konten kreatif ini tetap didasarkan pada kriteria-kriteria yang diharapkan oleh TikTok sebagai berikut (L. H. Wiwoho, personal communication, Desember 1, 2020):

- a. *Content quality* dari segi isi berita harus informatif dan berdasarkan fakta
- b. *Content format* harus sesuai dengan lingkungan TikTok, vertikal dan *full video (non-slide show content)*
- c. *Time sensitive* konten, berita yang baru terjadi biasanya mendapatkan *engagement* yang besar di TikTok.

Konten berita yang termasuk dalam kategori populer pada platform TikTok adalah (L. H. Wiwoho, personal communication, Desember 1, 2020):

- a. *Social news: breaking news*, kecelakaan, *CCTV content* biasanya mendapatkan eksposur yang besar di TikTok
- b. *Entertainment news*

Dalam divisi multimedia dan media sosial, terdapat banyak posisi selain *video journalist*, contohnya saja produser yang menaungi *video journalist* dan *video editor*, dan *social media specialist*, yang dinaungi oleh *social media supervisor*. Dalam menangani platform TikTok, hanya ada tiga *video journalist* yang bertanggung jawab. Hal ini dikarenakan platform ini terhitung baru.

Tiga *video journalist* ini memiliki tugas untuk memenuhi target yang ditentukan oleh perusahaan dan program *internship* Diagram. Tanggung jawab tiga *video journalist* ini adalah kepada Laksono yang menjadi supervisor penulis selama waktu periode magang dilakukan.