

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Grid Network yang sebelumnya memiliki nama Gramedia Majalah merupakan *publisher* yang memproduksi juga mendistribusikan berita *entertainment* dan *lifestyle* kepada puluhan juta pembaca Indonesia (GT, 2019). Berperan sebagai payung besar dari beberapa *publishing* yang berada di bawah Kompas Gramedia, Grid Network terbagi menjadi 4 *media division*, yaitu *Female*, *Male*, *Automotive*, dan *Sports*. Berdasarkan data dari perusahaan, di bawah *Female Media Division* terdapat beberapa *brand*, yaitu NOVA, Grid.id, Cewekbanget.ID, Stylo.ID, Nakita.ID, Gridhealth.ID, Sajian Sedap, dan juga *Children Media* yang berisikan Majalah Bobo dan Majalah Mombi. *Brand-brand* di bawah *Female Media* ini aktif dalam memberikan informasi melalui *platform online* seperti *website brand* sendiri yang berisikan artikel-artikel yang menarik ataupun media sosial seperti Facebook, YouTube, dan Instagram.

Masing-masing *brand* tersebut memiliki fokus yang berbeda-beda. **NOVA** merupakan tabloid wanita terbesar di Indonesia, memberikan informasi aktual terpercaya seputar pengasuhan anak, kesehatan, kuliner, psikologi, tren mode dan kecantikan, serta kisah-kisah inspiratif dengan tujuan mendorong para wanita layaknya sahabat untuk menjadi lebih mandiri, lebih berdaya, dan lebih percaya diri untuk menentukan yang terbaik bagi diri sendiri, keluarga dan lingkungannya. **Grid.ID** menyajikan “*Celebrity Breaking News*” yang memberikan informasi akan selebritas lokal dan dunia dalam menjalankan profesinya ataupun kegiatan sehari-harinya dan juga informasi lainnya. Sedangkan **Cewekbanget.ID** hadir untuk menjawab pertanyaan dan kegelisahan para cewek yang mulai dirasakan saat berusia belasan hingga awal dua puluhan. Cewekbanget.id menjadi wadah bagi cewek untuk bersuara dan menyampaikan sikapnya mulai dari hal yang remeh hingga serius seperti fangirling, tips PDKT, panduan mencapai cita-cita hingga pentingnya menyadari *sexual harassment*.

Stylo.ID sendiri membantu para pembaca dalam masalah *fashion and beauty*, dengan mengusung konsep “*How to and How to Get Look Like This*”. Menyajikan *tips and trick* dalam berpakaian hingga komparasi harga dan juga referensi produk *fashion and beauty* sesuai dengan anggaran. Khusus untuk para *moms* yang

membutuhkan informasi ataupun hiburan dan teman, **Nakita.ID** hadir menjadi teman terpercaya dengan panduan serba ada untuk segala kebutuhan informasi seperti referensi kehamilan, tumbuh kembang bayi dan anak, serta gaya hidup terkini untuk menemani kegiatan para *moms*. Ada juga **Sajian Sedap** yang memiliki ribuan resep yang mudah, cepat, praktis dibuat. Sajian Sedap juga memberikan *tips* memilih bahan dan *trick* anti-gagal dalam membuat sajian bagi keluarga.

Dalam *Female Media* juga ada *Children Department* seperti **Majalah Bobo** yang sudah lama sekali hadir menemani anak-anak, dengan target pembaca berusia 7 hingga 12 tahun. Namun pada April 2017, muncul Bobo.id untuk mendampingi majalah Bobo sebagai teman bermain dan belajar anak-anak Indonesia. Tidak hanya Majalah Bobo, ada juga **Majalah Mombi** yang menargetkan anak-anak prasekolah berusia 3 hingga 7 tahun yang berisikan kegiatan yang sesuai dengan kurikulum untuk anak PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini).

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan Misi dari Grid Network, penulis dapatkan dari HRD Grid Network. Berikut merupakan Visi dan Misi dari Grid Network yang penulis kutip dari data yang telah disediakan, yaitu:

- Menjadi kelompok usaha penyedia gagasan untuk kehidupan bangsa Indonesia yang lebih baik, terbesar, terdepan, dan berkesinambungan, melalui penyediaan informasi, produk dan layanan dalam bentuk beragam media serta industri yang inovatif.
- Kami menjalankan setiap upaya secara antusias, dinamis, dan menghargai keterbukaan dalam keberagaman.

2.1.2 Logo Grid Network

Grid Network memiliki logo yang menjadi identitas dari perusahaannya. Berikut adalah logo dari Grid Network:

Gambar 2.1 Logo Grid Network



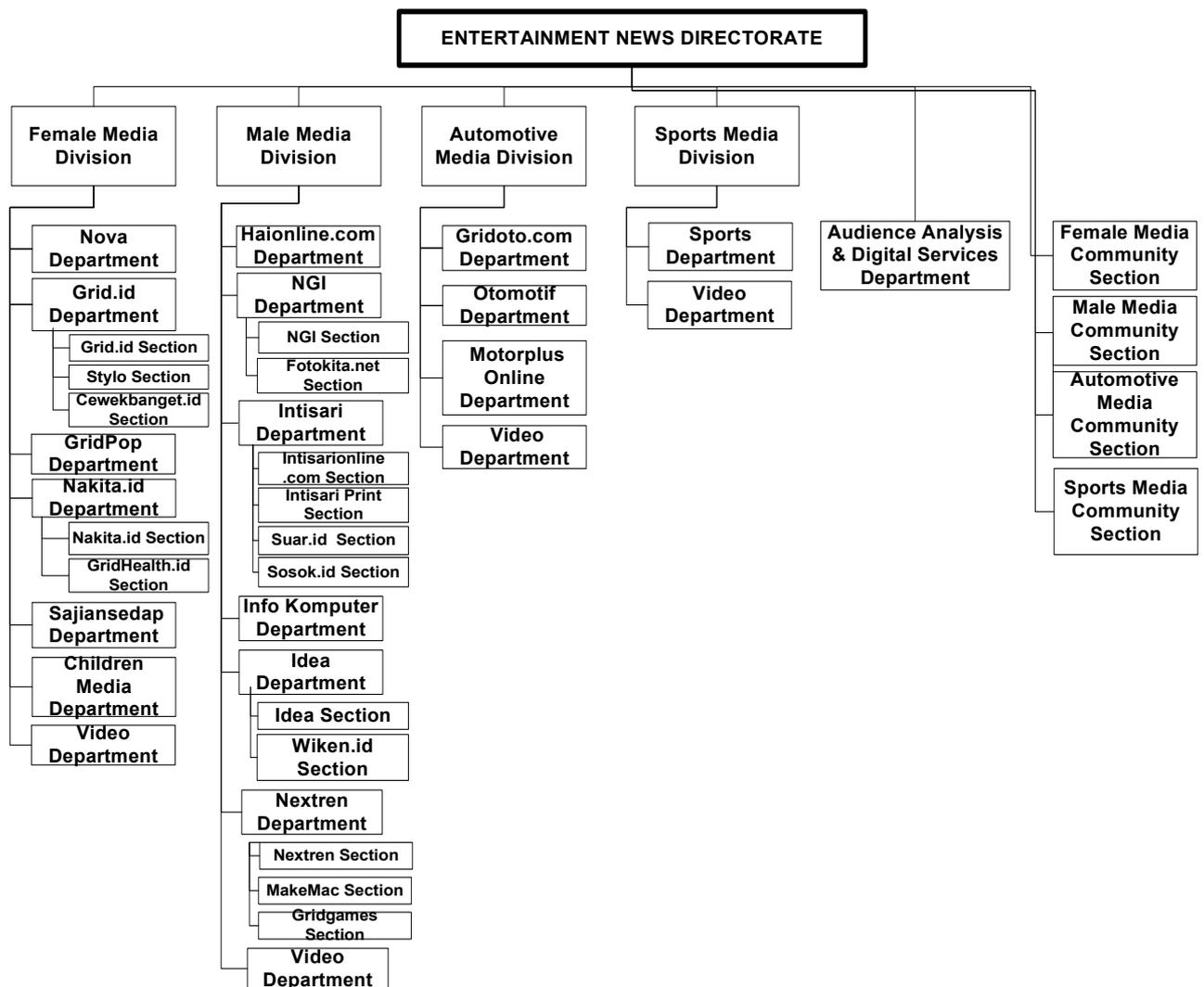
Sumber: Data Internal Perusahaan

2.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Grid Network memiliki 4 *media division*, yaitu *Female*, *Male*, *Automotive*, dan *Sports*. Masing-masing *media division* memiliki berbagai *brand* di bawahnya dan juga *video department* sebagai pendukungnya. Berikut adalah struktur organisasi Grid Network secara umum yang penulis peroleh melalui data internal perusahaan.

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Grid Network

Entertainment News Directorate Organization Structure

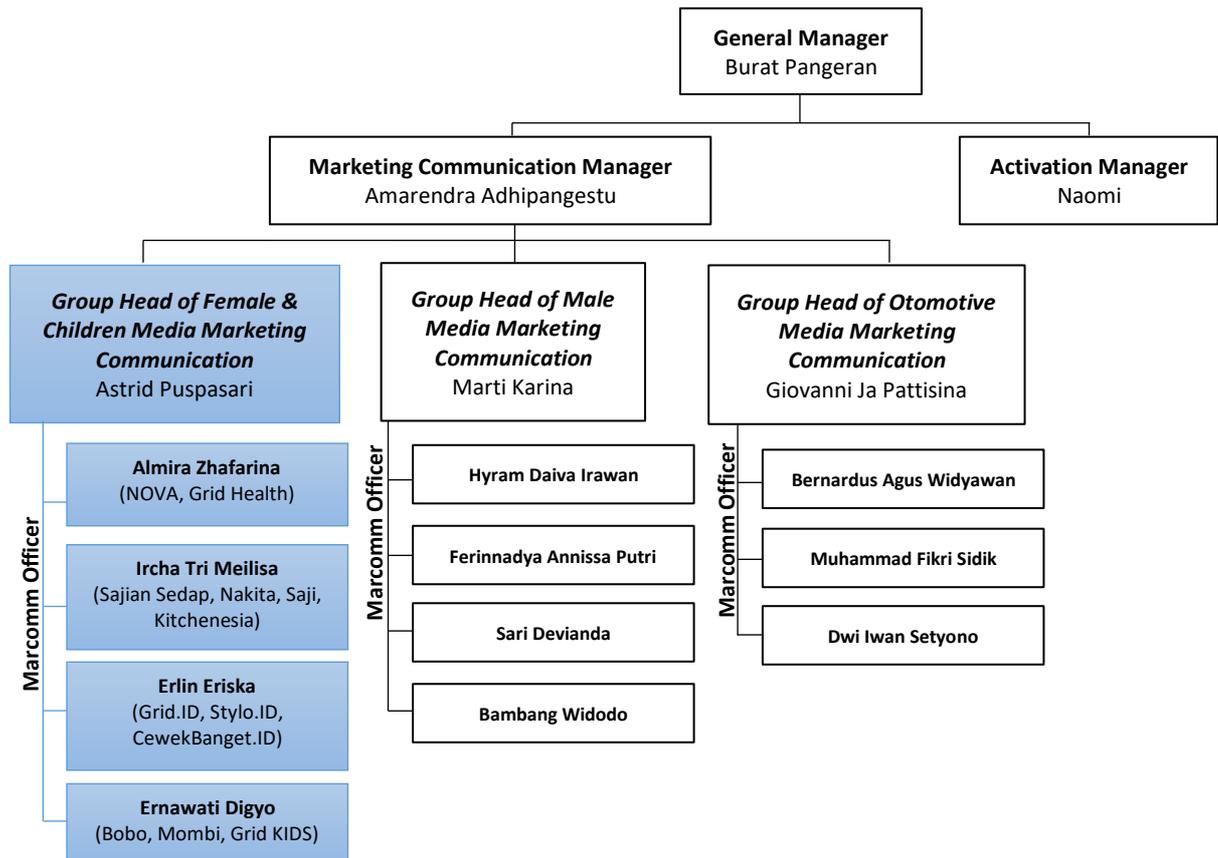


Sumber: Data Internal Perusahaan

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Selain struktur organisasi secara umum, terdapat juga struktur dari Divisi *Marketing Communication* yang diperoleh dari data internal perusahaan. Berikut adalah struktur dari Divisi *Marketing Communication* Grid Network.

Gambar 2.3 Struktur Divisi *Marketing Communications*



Sumber: Data Internal Perusahaan

Selama praktik kerja magang, penulis disupervisi oleh Astrid Puspasari selaku *Head of Marketing Communications* dan juga dibantu oleh kakak-kakak *Marketing Communications Officer* di Divisi *Female & Children*. Terdapat juga Divisi pendukung (*graphic designer*) yang kebanyakan dari para pekerjanya merupakan *freelancer*. Divisi *Marketing Communications* berhubungan dengan Tim Redaksi, *Account Executive (Sales)*, *Strategic Marketing (Planner)*, *Community Officer*, *Event Activation*, *Graphic Designer*.

Alur hubungan Tim *Marketing Communications* dengan tim Redaksi, yaitu jika ada kerja sama *media partnership*, Tim *Marcomm* akan menentukan agar logo

ditampilkan dan ada *adlibs*. Jika partner meminta ada artikel maka menjadi tugas dari redaksi, namun untuk kerja sama juga butuh persetujuan dari redaksi. Redaksi juga membuat *Term of Reference* (TOR) dan tema untuk *event* besar, serta daftar pertanyaan untuk narasumber. Tugas *Marcomm* saat *event* besar adalah menghubungi narasumber, menentukan saat webinar atau *workshop* ada *giveaway*. Untuk *campaign* tahunan dari setiap *brand* dibuat oleh redaksi dari setiap *brandnya* namun juga didiskusikan dengan Tim *Marcomm*.

Account Executive (Sales) memiliki tugas untuk mencari klien dan semua pekerjaan yang berbayar contohnya seperti ada *brand* yang ingin dibuatkan artikel atau dinaikkan ke sosial media. Sedangkan *Marcomm* bertugas untuk pekerjaan yang tidak berbayar namun ada timbal balik contohnya *brand* kosmetik ingin menaikkan produknya dalam bentuk artikel atau *press release* oleh Stylo.ID, namun tidak memiliki *budget* maka akan negosiasi dengan Tim *Marcomm*, artikel akan dibuatkan dan *brand* kosmetik tersebut memberikan produk sehingga terjadi timbal balik yang nantinya produk dari *brand* kosmetik itu bisa dijadikan *giveaway*. Namun, benefit yang diperoleh tidak akan sebesar jika *brand* bekerja sama melalui AE yang berbayar. Contoh lainnya adalah artis yang ingin mempromosikan filmnya lewat Instagram Live, timbal baliknya adalah salah satu *brand* dari *Female & Children* media yang bekerja sama dengan artis tersebut mendapatkan konten, sedangkan artis tersebut juga mendapatkan filmnya dipromosikan.

Strategic Marketing (Planner) bertugas untuk membuat *briefing* untuk diberikan ke klien dan paket harganya, nantinya yang akan memberikan *brief* ke klien adalah *Account Executive*. Tim *Marcomm* bertugas menentukan kisaran biaya, detail kegiatan Instagram *Live* nya apa saja, apakah narasumbernya sesuai atau tidak. *Strategic Marketing (Planner)* akan berdiskusi lagi dengan Tim *Marcomm*. Kisaran biaya dibuat oleh Tim *Marcomm* yang juga bekerjasama dengan Tim *Event Activation*, pembagiannya adalah Tim *Marcomm* membuat biaya untuk narasumber, biaya komunitas, dan *ads*. Sedangkan *Event Activation* menentukan biaya operasional seperti biaya untuk tambahan personil, biaya kuota, biaya listrik, biaya transport dan makan. *Event Activation* juga bertugas dalam hal teknis dalam suatu *event*, seperti *stage manager*, atau sekarang jika ada kegiatan di Zoom, *Event Activation* yang bertugas untuk menjadi admin, membuat *cue card*, menjaga agar kegiatan tetap berjalan sesuai dengan *rundown*, dan meng-*operate event*.

Materi promosi untuk *Live* tersebut akan di *upload* di media sosial terkait seperti Instagram *feeds*, *story*, dan juga di Facebook sehingga *followers* mendapatkan informasi mengenai *Live* tersebut dan juga ikut berpartisipasi menonton. Materi promosi akan dibuat oleh Tim *graphic designer* dan ide/konsep kasarnya dibuat oleh Tim *Marcomm*. *Community Officer* bertugas untuk mengkoordinasi komunitas dari suatu *brand*, misalnya Stylobebbs (komunitas dari Stylo.ID). *Community Officer* juga membantu mencari penonton dari komunitas untuk webinar atau *workshop* jika KPI belum mencapai target yang ditentukan.