

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1. Profil Perusahaan

Tempat penulis menjalankan praktik kerja magang adalah Kompas.com yang berada di bawah naungan PT Kompas Cyber Media. PT Kompas Cyber Media adalah perusahaan media *online* yang seluruhnya dimiliki oleh grup yang didirikan oleh Jakob Oetama dan PK Ojong pada 17 Agustus 1963, yaitu Kompas Gramedia yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang media massa. Berdirinya Kompas Gramedia diawali oleh penerbitan Majalah Intisari oleh kedua pendirinya. Saat ini, Kompas Gramedia telah memiliki beberapa anak perusahaan yang bervariasi. Beberapa unit bisnisnya mulai dari media, *retail*, percetakan, *hospitality*, *manufacture*, penyelenggara acara, *property*, *digital*, hingga pendidikan.

**Gambar 2.1 Logo Kompas Gramedia**



Sumber: <https://images.app.goo.gl/zWd4AecJftrqnPCh9>

Dalam grup media, terdapat berbagai jenis media massa, baik itu cetak, broadcast, maupun *online* atau daring. Informasi lengkap serta akurat yang disampaikan oleh lebih dari 150 merek media berhasil membawa nama Kompas Gramedia menjadi perusahaan media terbesar di Indonesia. Merek-merek yang dimaksud di antaranya adalah Kompas TV, Majalah Intisari,

Majalah Nova, TribunNews.com, Radio Sonora, Tabloid Kontan, BolaSport.com, dan lain-lain, termasuk Kompas.com yang merupakan tempat penulis melaksanakan praktik kerja magang selama kurang lebih 14 minggu.

Kompas.com yang berlokasi di Gedung Kompas Gramedia, unit II lt. 5 yang terletak di jalan Palmerah Selatan no. 22 – 28, Jakarta merupakan salah satu media *online* pertama di Indonesia yang berdiri pada tahun 1995, tepatnya pada tanggal 14 September dengan nama Kompas Online. Kompas.com hadir untuk pertama kalinya di internet dengan domain *kompas.co.id*. Pada saat itu, Kompas.com masih dikenal sebagai Kompas Online karena hanya menampilkan replika dari harian Kompas. Tujuan diadakannya Kompas Online pada saat itu adalah agar pelayanan yang diberikan Kompas dapat terjangkau oleh pembaca Harian Kompas yang berada di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi Kompas. Pada tahun berikutnya, yaitu 1996, alamat domain yang tadinya *kompas.co.id* berganti menjadi *kompas.com* dan membuat Kompas Online menjadi semakin populer di kalangan para pembaca setia Harian Kompas, bahkan hingga ke luar negeri.

**Gambar 2.3 Logo Terbaru Kompas.com**



Sumber: Data Penulis

Adanya potensi dunia digital yang besar, Kompas.com berkembang pada 6 Agustus 1998 menjadi unit bisnis yang berdiri sendiri di bawah bendera PT Kompas Cyber Media (KCM).

Pada era tersebut, para pembaca tidak hanya mendapatkan replica Harian Kompas, namun juga perkembangan berita-berita terbaru yang terjadi sepanjang hari. Pada 29 Mei 2008, *rebranding* dilakukan oleh portal berita ini menjadi Kompas.com yang merujuk kembali kepada merek Kompas yang selama ini dikenal oleh masyarakat luas selalu menghadirkan jurnalisme yang bermakna dan akhirnya tampil dengan warna serta logo yang baru dan lebih solid pada tahun 2018.

Dengan *tagline*-nya, yaitu “Jernih Melihat Dunia,” Kompas.com berharap dapat berperan sebagai media yang selalu objektif, utuh, dan independen, serta tidak terpengaruh oleh kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan dalam menyajikan berita dan informasi. Atas dasar tersebut, Kompas.com tidak hanya menyajikan informasi seperti yang dilakukan oleh media *online* pada umumnya, tetapi juga menyajikan berita utuh dari berbagai sudut pandang untuk mempertegas suatu persoalan yang kerap simpang siur.

Selain dari pada kenetralannya, kredibilitas Kompas.com yang tinggi juga menjadi daya tarik dari perusahaan yang berada di bawah payung PT Kompas Cyber Media ini. Hal tersebut yang akhirnya membuat Kompas.com menjadi salah satu media yang terpercaya. Sudah berdiri selama 25 tahun, hal tersebut membuktikan bahwa Kompas.com masih diminati oleh banyak orang. Tidak hanya di kalangan orang dewasa, banyak remaja yang masih menikmati Kompas.com karena artikelnya yang ringan dan mudah dibaca. Selain itu, banyak pihak-pihak eksternal yang menjalin hubungan kerja sama dengan Kompas.com.

Keunikan lainnya yang membedakan Kompas.com dengan media *online* lain adalah bahwa kecepatan bukan hal yang utama dalam penyajian informasi, dimana Kompas.com memegang teguh adagium jurnalistik lama yang berbunyi “*Get it first, but first get it right.*” Sehingga, dapat dikatakan bahwa kredibilitas informasi lebih diutamakan daripada kecepatan informasi. Hal tersebut sebagai salah satu upaya Kompas.com untuk menjadi solusi dari pada

permasalahan yang terjadi di era digital dan media sosial saat ini, dimana kebenaran sulit untuk ditemukan di antara banyaknya informasi. Tim redaksi Kompas.com tidak langsung menelan mentah-mentah apa yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial, melainkan memfilter atau menyaring informasi-informasi tersebut, baik informasi di lapangan maupun informasi di media sosial. Kompas.com akan selalu memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh dapat menjadi referensi bagi pembaca dalam melakukan validasi terkait benar atau tidaknya suatu informasi.

Sejak maraknya penyebaran hoaks atau informasi-informasi palsu di media sosial, Kompas.com memposisikan diri sebagai bagian dari media massa yang berusaha memverifikasi serta memvalidasi setiap berita hoaks yang beredar di masyarakat. Dengan kata lain, jurnalistik Kompas.com menempatkan diri sebagai *fact-checker* dari setiap simpang siur berita yang ada. Upaya tersebut dibantu oleh Masyarakat Anti Fitnah Indonesia - MAFINDO (TurnBackHoax.id). Sehingga, dengan Kompas.com, para pembacanya juga dapat melaporkan berita atau informasi yang meragukan melalui link Laporkan Hoaks yang sudah terhubung ke TurnBackHoax.id.

Kompas.com menjadi salah satu dari 49 lembaga di seluruh dunia yang diberikan sertifikasi oleh jaringan internasional pengujian fakta (IFCN – International Fact-Checking Network) sebagai jejaring lembaga pengujian internasional. Pencapaian inilah yang menjadi pendorong bagi Kompas.com dalam terus memberikan sajian berita yang akurat dan lengkap, serta terpercaya.

Dalam memberikan pelayanan kepada khalayak maupun target audiensnya, Kompas.com menyediakan beberapa produk yang di antaranya adalah sebagai berikut:

1. **Brandzview**, produk *advertisement* yang bersifat *softselling* serta edukatif yang digarap dengan menggunakan standar jurnalistik dan gaya bahasa Kompas.com;

2. **Advertorial**, produk *advertisement* yang bersifat *hardselling* yang digarap dengan menggunakan standar jurnalistik dan gaya bahasa Kompas.com dengan tujuan untuk membantu promosi *brand* atau produk, maupun jasa;
3. **Kilas**, produk turunan dari Brandzview yang dapat membantu memperkenalkan potensi yang ada pada pemerintah daerah, kementerian, serta instansi BUMN;
4. **Jixie**, produk yang menawarkan pilihan berita yang dapat disesuaikan dengan minat serta ketertarikan pembaca; dan
5. **Sorot**, produk turunan dari *content marketing* untuk mendorong potensi bisnis produk dan jasa dari bermacam sektor industri.

Dengan produk-produk tersebut, Kompas.com dapat memberikan pelayanan sesuai kebutuhan khalayak maupun target audiensnya. Hampir setiap tahun sejak tahun 2010, Kompas.com menerima banyak penghargaan. Berikut penghargaan-penghargaan yang pernah diterima oleh Kompas.com berdasarkan tahun diterimanya:

1. 2010
  - WAN IFRA Silver Award - Best in Social Media
2. 2011
  - WAN IFRA Silver Award - Best in Online Media
3. 2012
  - Indonesia Brand Champion Award - Brand Champion of Content Provider: Most Popular Online News Provider Brand
  - Dian Award – Kementerian Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak: Media Inspirasi Perempuan Indonesia kategori Media Online
4. 2014
  - Digital Marketing Award – Great Performing Website (Category: News Portal)
5. 2015
  - Anugerah Adinegoro dalam rangka Hari Pers Nasional
  - Hassan Wirajuda Award – Kementerian Luar Negeri RI: Terbaik Kategori A (Jurnalis/Media)

6. 2016

- Influential Brands – Top Brand Online News Platform
- Digital Marketing Award – Great Performing Website (Category: News Site)
- Influential Brands – Top Brand Online Job Search
- Festival Film Indonesia – Pemenang Piala Citra kategori Film Animasi Terbaik (Surat Untuk Jakarta)
- Hellofest Award – Best Picture (Surat Untuk Jakarta)
- Piala Maya – Dokumenter Pendek Terpilih (Teater Tanpa Kata: Sena Didi Mime)

7. 2017

- WOW Brand Award – Gold Champion (News Website Category)
- Superbrands – Superbrands Special Award (Online News Category)
- Anugerah Jurnalistik MH Thamrin – 3<sup>rd</sup> Place (Online Feature Category)
- Anugerah Jurnalistik MH Thamrin – 3<sup>rd</sup> Place (Sports Feature Category)
- Bubu Awards v.10 – Best Website Award (News/Entertainment Category)
- WAN IFRA Silver Award – Best Innovation New Product

8. 2018

- WOW Brand Award – Bronze Champion (Online Website Category)
- Superbrands Indonesia – (Trusted Online News)
- Sertifikasi Jaringan Internasional Penguji Informasi (International Fact-Checking Networking / IFCN)

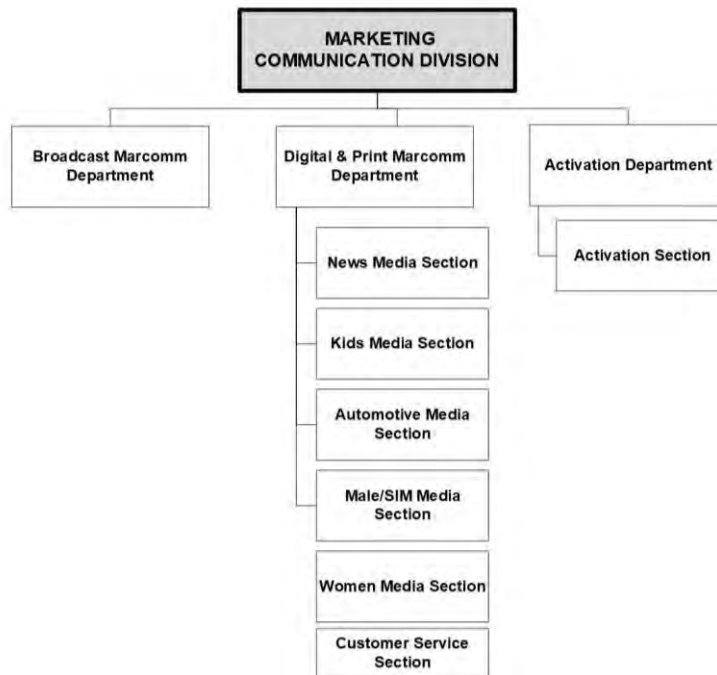
9. 2019

- WOW Brand Award (News Website Category)
- Superbrands Award (Trusted Online Media)

Banyaknya penghargaan yang diterima oleh Kompas.com, tentunya tidak terlepas dari campur tangan sosok-sosok yang sudah bekerja “di balik layar”. Kompas.com merupakan sebuah perusahaan yang di dalamnya terdapat beberapa bagian, dimana divisi-divisi tersebut saling bekerja sama dan menciptakan suasana kerja yang kondusif. Tidak hanya bekerja sama antar divisi di dalam internal Kompas.com, tetapi juga dengan pihak eksternal Kompas.com. Salah

satu divisi dalam Kompas.com yang berperan dalam menjadi jembatan antara pihak internal dengan pihak eksternal Kompas.com adalah *Marketing Communication*.

**Gambar 2.4 Struktur Divisi *Marketing Communication* Kompas.com**



Sumber: Pembimbing Lapangan

Divisi *Marketing Communication* Kompas.com terbagi menjadi tiga bagian, yaitu *Broadcast Marcomm Departement*, *Digital and Print Marcomm Departement*, serta *Activation Departement*. Di dalam *Digital and Print Marcomm Departement*, terdapat beberapa *section* atau bagian yang meliputi *News Media Section*, *Kids Media Section*, *Automotive Media Section*, *Male/SIM Media Section*, *Women Media Section*, dan yang terakhir adalah *Customer Service Section*. Sedangkan untuk *Broadcast Marcomm Departement* tidak terdapat *section* atau bagian serta *Activation Departement* hanya memiliki satu, yaitu *Activation Section*.

## 2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Posisi penulis dalam praktik kerja magang berada pada *Digital and Print Marcomm Departement*, tepatnya di bagian *News Media Section* sebagai *Marketing Communication Intern*. Adapun tugas serta tanggung jawab dari divisi *Marketing Communication* adalah sebagai berikut:

1. Menangani media partner internal dan eksternal
2. Manangani campaign promosi internal
3. Membuat program inisiatif *campaign brand*
4. Program inisiatif internal *marcomm* kepada redaksi