

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Kompas.com

2.1.1 Sejarah Singkat *Kompas.com*

Berdasarkan laman resmi *inside.kompas.com*, *Kompas.com* merupakan salah satu unit usaha Kompas Gramedia yang menjadi pelopor media siber yang lahir pada 14 September 1995 dengan nama *Kompas Online*. *Kompas Online* yang hadir dengan situs *kompas.co.id* kala itu hanya menampilkan replika dari berita-berita harian Kompas yang terbit per hari.

Kompas Online lahir dengan tujuan untuk menjangkau para pembaca yang berada di luar akses atau di tempat-tempat yang sulit diraih oleh jaringan distribusi Kompas. Melalui hal ini, pembaca yang khususnya yang berada di wilayah Indonesia timur dan mancanegara dapat mengakses berita melalui harian Kompas tanpa perlu menunggu kiriman koran seperti biasanya. Pada 1996, situs Kompas mulai berganti menjadi www.kompas.com hingga saat ini.

Gambar 2.1 Lini masa *Kompas.com*



Sumber: *Inside.kompas.com*

Dengan menggaungkan *tagline* Jernih Melihat Dunia, *Kompas.com* berusaha menempatkan diri sebagai media penyaji informasi dengan sudut

pandang yang obyektif, utuh, independen, tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan. Hal tersebut diimbangi dengan produktivitas sajian berita yang semakin ditingkatkan demi memberikan informasi yang aktual bagi pembaca melalui penambahan sejumlah kanal berita.

Gambar 2.2 Logo *Kompas.com*



Sumber: HRD Kompas

Dalam hal penyampaian informasi, *Kompas.com* memanfaatkan beberapa platform dan bentuk produk jurnalistik selain *hard news* yang aktual. Seperti penyajian laporan mendalam yang disajikan dalam bentuk multimedia dengan teknik bercerita atau biasa dikenal sebagai Visual Interaktif Kompas (VIK) hingga penyajian informasi melalui platform YouTube hingga media sosial.

Sebagai bagian dari tindakan verifikasi, informasi yang didapatkan tidak ditelan langsung oleh tim redaksi. Hal ini dibuktikan dengan tiga tahap yang menjadi fokus proses verifikasi seperti observasi lapangan, narasumber, dan data. *Kompas.com* pun tidak mempublikasikan atau memberikan informasi pribadi narasumber diluar persetujuan narasumber terlebih dahulu. Data yang diperoleh pun berasal dari sumber resmi yang kredibel seperti lembaga pemerintah maupun lembaga internasional. *Kompas.com* memiliki lembaga riset mandiri Pusat Penelitian dan Pengembangan (Litbang) Kompas sebagai pendukung ketersediaan data yang obyektif, valid, dan independen.

Mulai beredarnya hoaks melalui platform digital, pada 2016 *Kompas.com* mengawali produksi topik pilihan “Hoaks atau Fakta?”. Hal tersebut sejalan dengan disiplin verifikasi yang digaungkan. *Kompas.com* bekerja sama dengan TurnBackHoax.id (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia

– MAFINDO). Pembaca pun difasilitasi dengan kemudahan melaporkan terkait berita yang dianggap meragukan melalui tautan ‘Laporkan’ yang terhubung langsung ke TurnBackHoax.id.

Kompas.com berhasil menjadi salah satu dari 49 lembaga dari seluruh dunia yang memiliki sertifikasi dari jaringan internasional penguji fakta (*International Fact-Checking Network – IFCN*). Selain itu, pencapaian *Kompas.com* dapat terlihat melalui 24 penghargaan yang diperoleh sejak 2010 hingga 2019. Rincian penghargaan dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2.1 Daftar Penghargaan yang Diterima *Kompas.com*

Tahun	Ajang Penghargaan	Jenis Penghargaan
2010	WAN IFRA Silver Award	Best in Social Media
2011	WAN IFRA Silver Award	Best in Online Media
2012	Indonesia Brand Champion Award	Brand Champion of Content Provider: Most Popular Online News Provider Brand
	Dian Award	Kementrian Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak: Media Inspirasi Perempuan Indonesia Kategori Media Online
2014	Digital Marketing Award	Great Performing Websiter (Category: News Portal)
2015	Anugerah Adinegoro dalam Rangka Hari Pers Nasional	
	Hassan Wirajuda Award	Kementrian Luar Negeri RI: Terbaik Kategori A (Jurnalis/Media)
2016	Influential Brands	Top Brand Online News Platform

	Digital Marketing Award	Great Performing Website (Category: News Site)
2017	WOW Brand Award	Gold Champion (News Website Category)
	Superbrands	Superbrands Special Award (Online News Category)
	Anugerah Jurnalistik MH Thamrin	3 rd Place (Online Feature Category)
	Anugerah Jurnalistik MH Thamrin	3 rd Place (Sports Feature Category)
2018	WOW Brand Award	Bronze Champion (Online News Portal)
	Superbrands Indonesia	Trusted Online News
	Sertifikasi Jaringan Internasional Penguji Indormasi	International Fact-Checking Network/ IFCN
2019	WOW Brand Award	News Website
	Superbrands Award	Trusted Online Media

Sumber: *Inside.kompas.com*

2.1.2 Data Umum Perusahaan

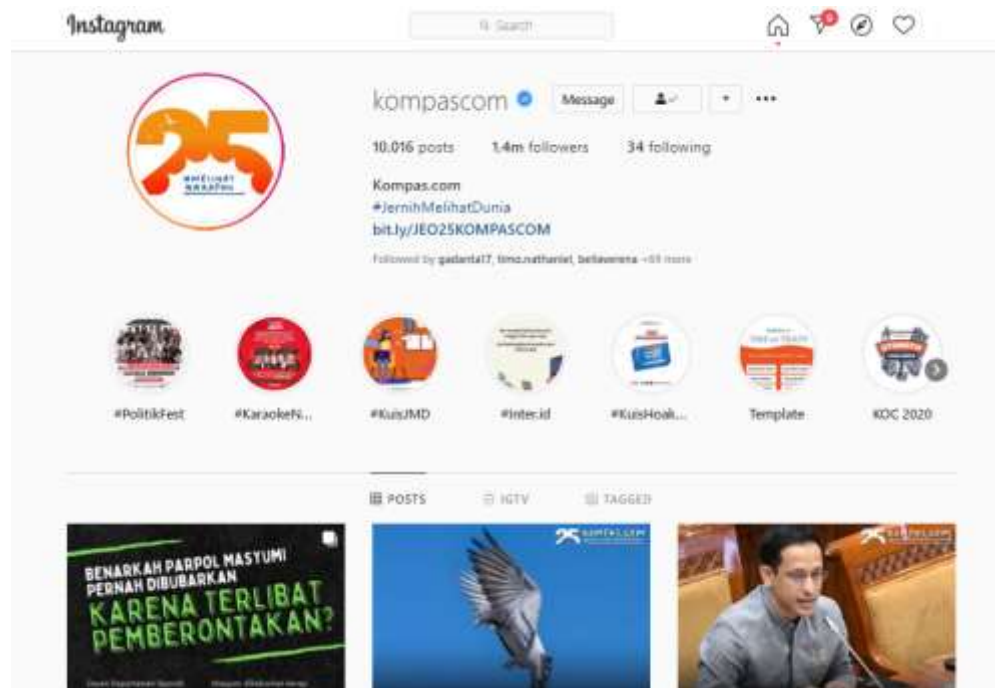
Nama Media	: Kompas.com
Alamat	: Jl. Palmerah Selatan No. 22-28, Jakarta
<i>E-mail</i>	: social@kompas.com
<i>Website</i>	: Kompas.com
Media Sosial	: 1. <i>Instagram</i> : kompascom 2. <i>Facebook</i> : Kompas.com 3. <i>Twitter</i> : kompascom 4. <i>LinkedIn</i> : Kompas.com 5. <i>YouTube</i> : Kompas.com 6. <i>TikTok</i> : kompascom

Gambar 2.3 Tampilan Facebook *Kompas.com*



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

Gambar 2.4 Tampilan Instagram *Kompas.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (Instagram/*kompas.com*)

Gambar 2.5 Tampilan Twitter *Kompas.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (Twitter/*@kompas.com*)

Gambar 2.6 Tampilan LinkedIn *Kompas.com*



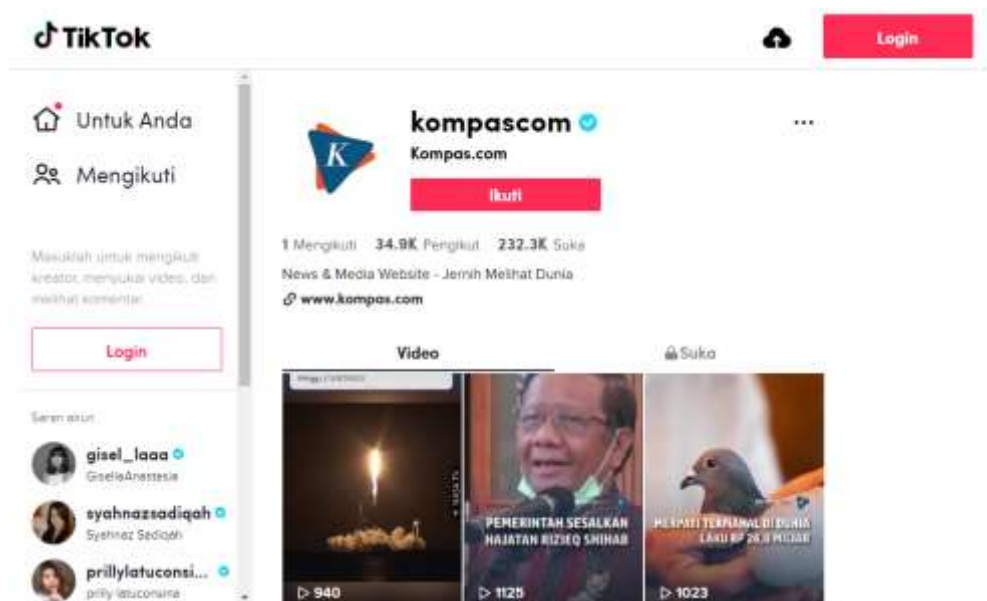
Sumber: Dokumentasi Penulis (LinkedIn/*Kompas.com*)

Gambar 2.7 Tampilan YouTube *Kompas.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (YouTube/*Kompas.com*)

Gambar 2.8 Tampilan TikTok *Kompas.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (TikTok/*Kompas.com*)

2.1.3 Visi dan Misi *Kompas.com*

Visi dan misi yang diusung oleh *Kompas.com* sendiri ialah 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 kebhinekaan, adil, dan sejahtera.

Perusahaan Kompas Gramedia menerapkan nilai 5C sebagai landasan perusahaan yang terdiri dari:

1. *Caring*

Hal ini berdasarkan pada filosofi humanisme transedental yang memiliki makna berperikemanusiaan, berdasarkan keyakinan akan Tuhan Yang Maha Kuasa yang menyelenggarakan sesuatu.

2. *Credible*

Nilai ini berdasarkan filosofi dimana manusia bekerja selalu pada dimensi sosial yang menuntut interaksi timbal balik dengan lingkungannya. Dengan melaksanakan tanggung jawabnya secara ikhlas, disiplin, konsisten, dan profesional, maka ia akan dipercaya dan dapat diandalkan oleh orang lain.

3. *Competent*

Dalam bekerja, manusia harus selalu berkembang dan berusaha mengembangkan dirinya demi memberikan hasil yang terbaik untuk dirinya sendiri maupun lingkungannya.

4. *Competitive*

Hal ini berdasarkan filosofi pada zaman modern yang serba tak pasti dan membutuhkan keberanian menghadapi tantangan. Menunjukkan kecerdasan mental yang mengubah ancaman menjadi sebuah peluang untuk berkembang dan berdaya saing.

5. *Customer Delight*

Memegang prinsip memenangkan hati pelanggan dengan melayani melebihi harapan pelanggan.

2.1.4 **Filosofi Slogan dan Logo *Kompas.com***

Kompas.com memiliki *tagline* berbunyi “Jernih Melihat Dunia” yang menggambarkan media penyaji informasi menggunakan sudut pandang yang obyektif, utuh, independen, tidak berat sebelah oleh berbagai kepentingan baik itu politik, ekonomi, dan kekuasaan. Berita utuh yang dimaksud adalah berbagai perspektif yang digunakan untuk memperjelas kedudukan perkara sebuah persoalan yang seringkali simpang siur. Hal ini pun dibuktikan dari berbagai usaha *Kompas.com* untuk memperoleh berita berdasarkan fakta yang berasal dari sumber terpercaya.

Gambar 2.9 Logo *Kompas.com*



Sumber: *Kompas.com*

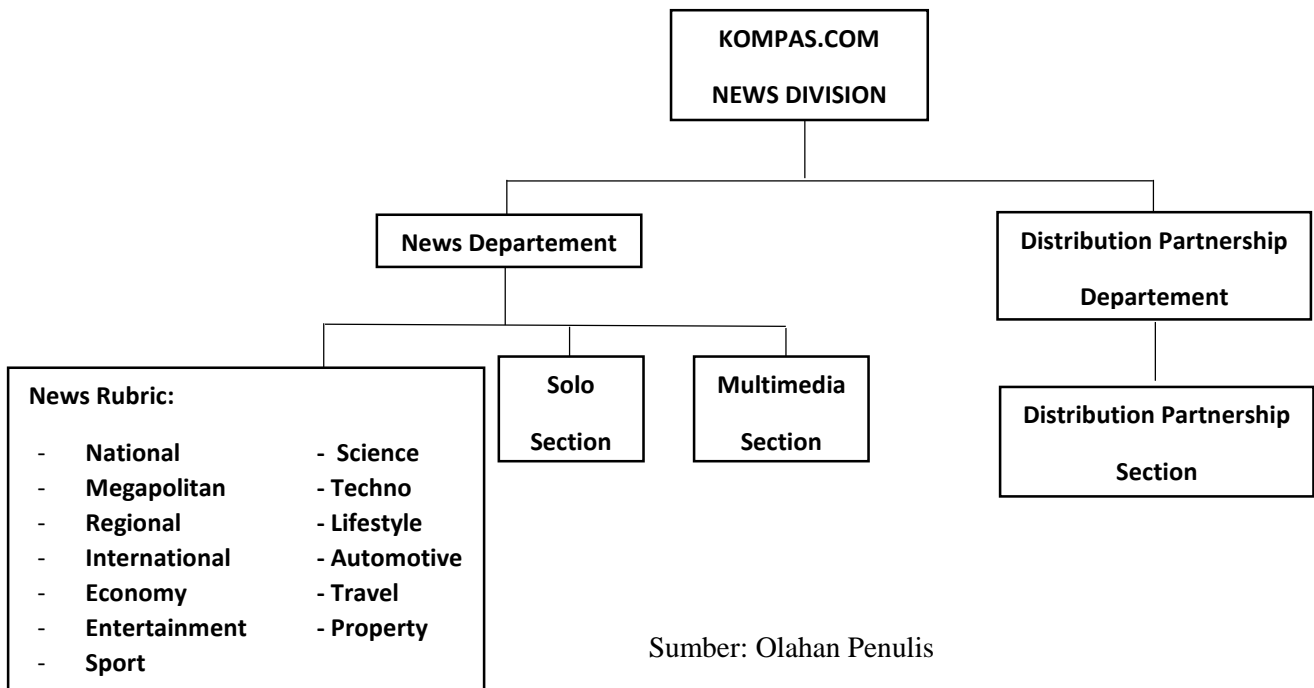
Selain *tagline*, *Kompas.com* menggunakan bentuk tulisan dengan warna-warni *direction* 360 derajat pada logonya. Hal tersebut diusung Kompas untuk memasukkan nilai keberagaman yang tidak sekadar mendasarkan pada satu arahan saja. Terdapat simbol segitiga yang saling tumpang tindih merepresentasikan arah panah penunjuk yang digambarkan sebagai arah mata angin sejalan dengan nilai Kompas.com sebagai pedoman bagi para pembacanya.

Perbedaan sudut rotasi pada logo antara segitiga yang tumpang tindih diartikan sebagai kebebasan dalam memilih pandangan dan pendapat para pembaca.

2.1.5 Struktur Organisasi *Kompas.com*

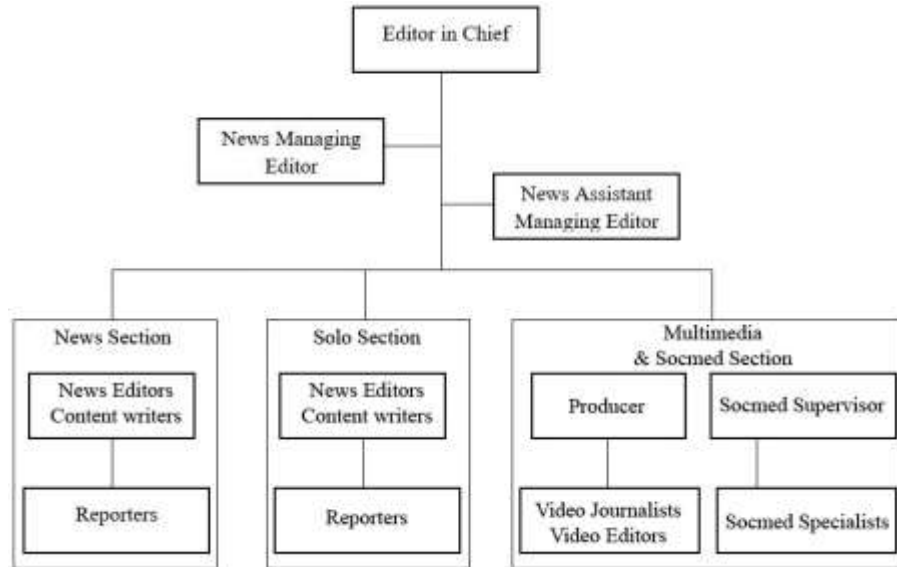
Berdasarkan informasi dari *Kompas.com* terdapat penjelasan mengenai divisi berita dalam koordinasi kerja di *Kompas.com*. Berikut adalah bagan mengenai gambaran umum terkait koordinasi dalam proses jalannya perusahaan.

Gambar 2.9 Bagan Divisi *News* di *Kompas.com*



Di dalam lingkup divisi berita sendiri, terdapat beberapa posisi yang turut mendukung berjalannya alur kerja divisi yang ada khususnya pada departemen berita. Hal tersebut menjelaskan posisi dan alur kerja dari tiap-tiap peran jurnalis dalam pelaksanaan kerja. Berikut bagan terkait struktur kepengurusan peran dalam departemen berita.

Gambar 2.10 Struktur Organisasi di *Kompas.com*



Sumber: Olahan Penulis

Tabel 2.2 Daftar Posisi dan Nama Karyawan di *Kompas.com*

Posisi	Nama Karyawan
Editor in Chief	Wisnu Nugroho
News Managing Editor	Amir Sodikin
	Johanes Heru Margianto
News Assistant Managing Editor	Laksono Hari Wiwoho
	Ana Shofiana Syatiri
	Caroline Sondang Andhikayani Damanik
News Editor	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 Fertonny Harvenda
Agung Kurniawan
Azwar Ferdian
Aditya Maulana
Agustinus Wisnubrata
Glori Kyrious Wadrianto
Lusia 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 Kartika 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

Sumber: *Inside.kompas.com*

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam *Kompas.com*, departemen berita bertanggung jawab dalam menciptakan produk-produk jurnalistik yang memberi informasi baru, faktual, dan aktual baik dalam bentuk tulisan, video, maupun foto untuk masyarakat. Departemen berita *Kompas.com* terdiri dari beberapa bagian yaitu rubrik/kanal, bagian solo, dan divisi multimedia. Bagian rubrik/kanal terbagi lagi menjadi beberapa kategori. Bagian ini memiliki peranan dalam membuat konten (artikel) yang berkaitan dengan tiap-tiap rubrik. Para reporter pun dapat mengambil gambar untuk melengkapi berita yang mereka tulis. Pada bagian regional, reporter merupakan kontributor daerah yang bertugas melakukan peliputan atau pembuatan konten mengenai peristiwa yang terjadi pada daerah reporter berada. Pada umumnya, reporter pada bagian rubrik/kanal memiliki kontrak yang diperbarui setiap beberapa tahun.

Pada bagian solo berfokus dalam pembuatan konten yang tidak memerlukan liputan langsung ke lapangan. Hal tersebut termasuk pada bagian global ataupun internasional. Bagian solo bertugas pula untuk menggali konten yang memperkuat *search engine optimization* (SEO). Terdapat tim cek fakta yang berguna untuk membuat konten hoaks atau fakta yang tidak memerlukan liputan secara langsung ke lapangan dan cukup melalui telepon ataupun data *online*.

Subdivisi multimedia dan divisi multimedia sendiri meliputi produksi foto dan video yang melengkapi artikel pada kanal atau rubrik *Kompas.com*. Kemudian, memproduksi foto dan video secara mandiri yang akan dipublikasikan di *Kompas.com* maupun platform media sosial lainnya. Bagian terakhir, menayangkan foto dan video di *Kompas.com* dan beragam platform media sosial *Kompas.com*.

Penulis ditempatkan sebagai peserta magang yang bertugas pada media sosial *Kompas.com* khususnya media sosial TikTok dan platform YouTube *Kompas.com*. Tugas penulis adalah untuk memproduksi sebuah video berita yang kemudian akan ditayangkan pada kanal YouTube *Kompas.com* dan juga TikTok @kompascom.

Alur kerja redaksi sendiri pada bagian media sosial cukup berbeda dengan alur kerja redaksi pada biasanya, mengingat adanya pandemi yang meminimalisir pertemuan tatap muka. Setiap harinya penulis dan tim akan mendapatkan setoran topik oleh redaktur pelaksana melalui grup Whatsapp. Hal ini menjadikan rapat redaksi secara tatap muka daring jarang dan bahkan tidak pernah dilakukan sama sekali. Dikarenakan media sosial TikTok yang baru saja hadir saat penulis dan tim memulai magang, maka grup di Whatsapp pun hanya beranggotakan tiga orang dan redaktur pelaksana. Penulis dan tim pun tidak mengenal reporter ataupun seseorang lainnya yang berasal dari luar grup tersebut. Pengelola akun TikTok sendiri hanya redaktur pelaksana, penulis, dan tim saja. Meski begitu, setiap kali ada pembaharuan terkait platform TikTok milik *Kompas.com*, redaktur pelaksana akan mengabari penulis dan tim melalui grup tersebut. Misalnya

saat redaktur pelaksana tengah mengadakan proses rapat dengan pihak TikTok untuk meningkatkan paparan dari media sosial milik *Kompas.com*.

Pada bagian YouTube sendiri, penulis dan tim diberikan akses untuk *studiohub.kompas.com* untuk mempublikasikan hasil produk karya video ke YouTube milik *Kompas.com*. Alur yang terjadi untuk sampai pada tahap itu ialah, pemberian topik atau materi dari redaktur pelaksana, pengolahan konten, proses pengecekan kualitas oleh redaktur pelaksana, proses revisi bila ada, dan proses publikasi oleh penulis atau tim sendiri melalui *studiohub.kompas.com*.