

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Profil Kompas Gramedia Group

Kompas Gramedia Group (KG Group) berdiri sejak tanggal 17 Agustus 1963 dan didirikan oleh mendiang P.K Ojong dan Jakoeb Oetama. Perusahaan ini bergerak di bidang media massa dan dimulai dengan menerbitkan Majalah Intisari. Dengan slogan mereka, yaitu *trusted* (terpercaya) dan *connected* (terhubung), kedua pendiri Kompas Gramedia Group berharap untuk mencerahkan dan mendorong masyarakat Indonesia dengan ilmu-ilmu yang kredibel.

Gambar 2.1 Gedung Kompas Gramedia Group



Sumber : Wikipedia, 2020

Visi dan misi dari Kompas Gramedia Group sendiri ialah untuk menjadi salah satu perusahaan terbesar, terbaik, terpadu, dan tersebar di Asia Tenggara melalui usaha yang didasarkan dengan pengetahuan agar dapat menciptakan masyarakat terpelajar atau terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan, dan adil sejahtera.

Gambar 2.2 Logo Kompas Gramedia Group



KOMPAS GRAMEDIA

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2020

2.1.2 Profil Kompas.com (PT Kompas Cyber Media)

Saat ini, Kompas Gramedia telah memiliki 400 jaringan usaha dan berbagai unit bisnis yang bervariasi, salah satunya adalah PT Kompas Cyber Media. Perusahaan ini merupakan perusahaan *digital-forward* yang berbasis di Jakarta. Kompas.com merupakan salah satu dari sekian banyak merek yang bernaung di bawah PT Kompas Cyber Media.

Gambar 2.3 Logo PT Kompas Cyber Media



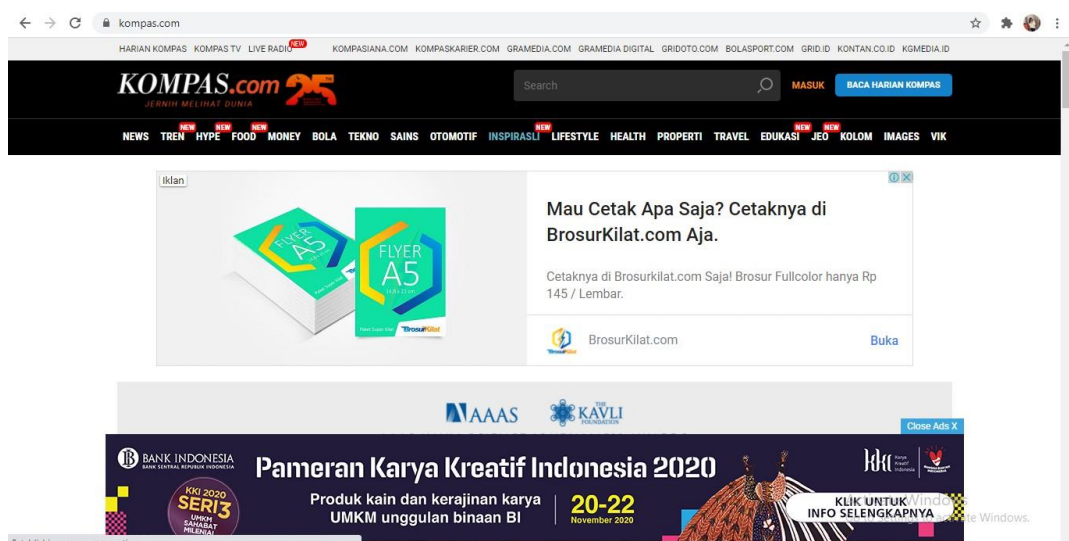
Sumber : meetkcm.com, 2020

Pada 14 September 1995, Kompas.com muncul untuk pertama kali di dunia daring atau internet dengan nama Kompas *Online*. Melalui situs mereka (kompas.co.id), Kompas *Online* hanya menyuguhkan berita-berita yang didapatkan dari Harian Kompas. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar Harian Kompas dapat diakses atau dibaca dimanapun dan kapanpun. Kompas *Online* dinilai sangat membantu para pembaca Harian Kompas yang berada jauh dari Jakarta, seperti Indonesia bagian timur ataupun masyarakat yang berada di luar negeri.

Kompas *Online* berkembang menjadi sebuah unit bisnis sendiri pada tanggal 6 Agustus 1998 dan bernaung di bawah PT Kompas Cyber Media (KCM). Kompas *Online* mengubah nama mereka menjadi Kompas.com. Kompas.com memberikan berita-berita terbaru yang terjadi tanpa harus menunggu ataupun mendapatkan replika dari Harian Kompas. Kantor Kompas.com sendiri berada di Gedung Kompas Gramedia, Unit II Lt.5 Jl. Palmerah Selatan No. 22 – 28, RT.1/RW.2, Gelora, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Saat ini, Kompas.com menjadi salah satu bagian tetap dari sekian banyak media massa yang mengedepankan berita aktual dengan selalu mengonfirmasi berita-berita hoaks yang tersebar (sebagai *fact-checker*).

Sejak tahun 2008, Kompas.com melakukan *re-branding* dan menambah jumlah kanal berita di situs mereka. Informasi yang diberikan juga semakin banyak dan aktual untuk para pembaca harian. *Rebranding* ini dilakukan lantaran Kompas.com ingin menyuguhkan berbagai berita aktual dari berbagai industri untuk para pembaca dan menjadi contoh jurnalisme yang baik di tengah banyaknya penyebaran informasi salah di masyarakat. Saat ini, Kompas.com memiliki beberapa kanal berita, seperti kanal *hype*, kanal *food*, kanal *money*, kanal bola, kanal sains, kanal otomotif, dan lain-lainnya pada situs resmi mereka.

Gambar 2.4 Website Kompas.com



Sumber : kompas.com, 2020

Gambar 2.5 Logo Kompas.com



Sumber : Data Internal Perusahaan, 2020

Gambar 2.6 Logo HUT ke-25 untuk Kompas.com

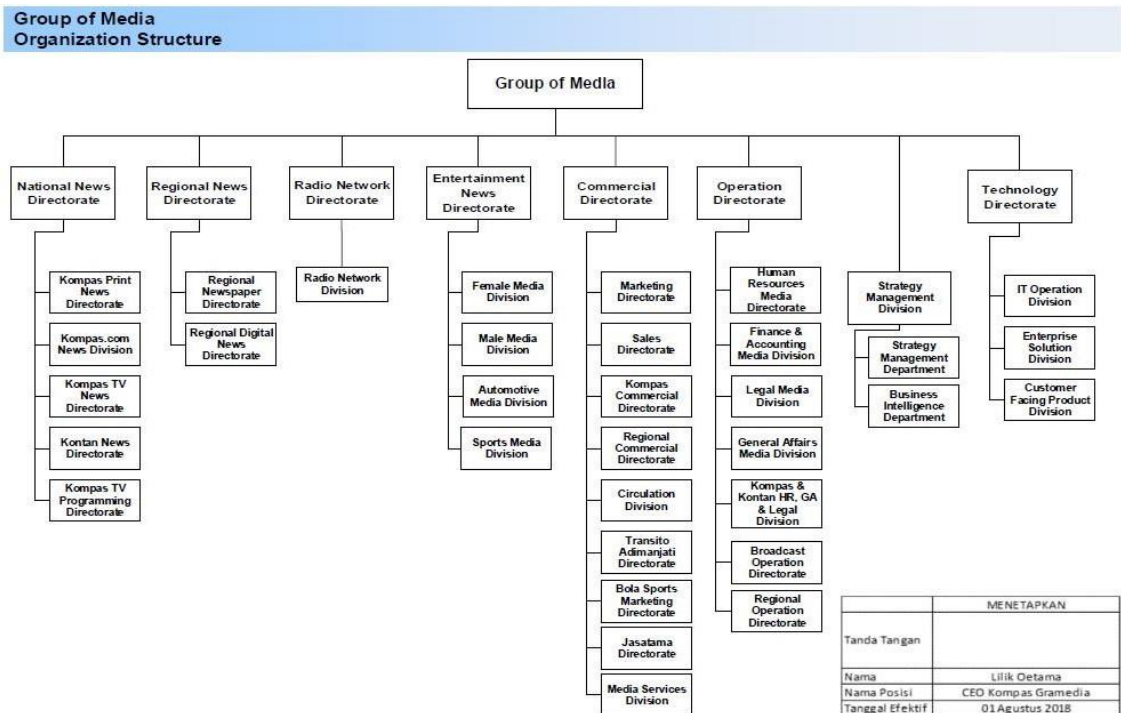


Sumber : Data Internal Perusahaan, 2020

2.2 Struktur Organisasi

2.2.1 Struktur Organisasi Kompas Gramedia Group

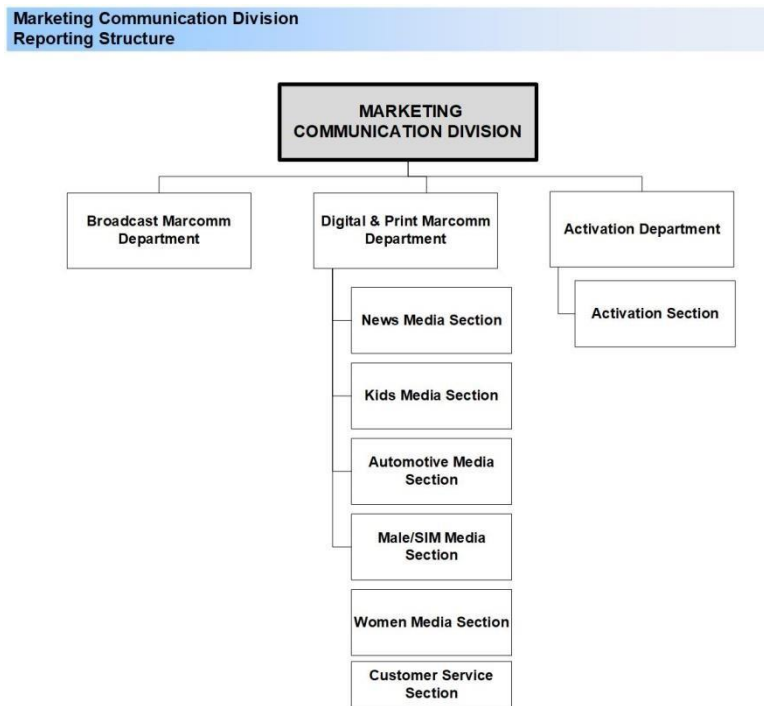
Gambar 2.7 Struktur Organisasi Kompas Gramedia Group



Sumber : Data Internal Perusahaan, 2020

2.2.2 Struktur *Marketing Communication* Kompas Gramedia Group

Gambar 2.8 Struktur *Marketing Communication* Kompas Gramedia Group



Sumber : Data Internal Perusahaan, 2020

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Divisi *Marketing Communication* Kompas.com termasuk dalam Departemen *Digital & Printing Marketing Communication*, di *News Section* Kompas Gramedia Group. Divisi ini memiliki seorang *manager* dan juga *group head* untuk mengatur seluruh bagian dari *marketing communication*.

Secara umum, divisi ini menangani *media partner* internal maupun eksternal, menangani kampanye promo internal, membuat program inisiatif atau kampanye untuk sebuah merek, dan mengomunikasikan program inisiatif baru dari pihak internal *marketing communication* ke pihak redaksi. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai ruang lingkup dari *Marketing Communication* di Kompas.com:

1. ***Manager of Marketing Communication***, bertugas untuk memberi arahan pada karyawan dalam mengerjakan tugas dalam cakupan luas. Bertanggung jawab untuk melaporkan hasil kerja pada *Board of Director* (BOD).

2. ***Group Head of Marketing Communication***, bertugas sebagai supervisi untuk *Marketing Communications Executive* (ME) dan karyawan magang dalam menjalankan tugas mereka yang berhubungan dengan meningkatkan citra Kompas.com serta memiliki tanggung jawab untuk memberikan keputusan kerjasama dengan klien.
3. ***Marketing Communications Executive (ME)***, bertugas untuk meningkatkan citra Kompas.com dan melaksanakan kemitraan media dengan berbagai pihak, mengadakan acara, serta menyusun rancangan proposal acara.
4. ***Customer Relations Super Intended (CRSI)***, bertugas untuk mendistribusikan hadiah untuk para pemenang kuis yang dibuat oleh ME dan bertanggung jawab terhadap pengadaan barang dan juga menghubungi pihak ketiga terkait pengiriman *e-mail blast* pada seluruh pembaca Kompas.com
5. ***Customer Relations Super Initiative***, bertugas untuk mencari berita yang dapat diangkat dan dilakukan penggalangan dana, serta mengurus seluruh kegiatan terkait membuka ataupun menyalurkan donasi kepada pihak yang dituju. Dalam prosesnya, seorang *CSR Initiative* akan membuat desain serta tujuan kreatif dan menarik sesuai dengan artikel yang diangkat agar pembaca tertarik untuk berdonasi.
6. ***Partner Distributions Specialist***, bertugas untuk memberikan *report* tayang konten ataupun *report performance* kepada Kompas.com dari hasil kerja sama dengan *media partner*. Mereka juga bertugas dalam mengatur media sosial Kompas.com dan membuat bisnis model dengan kategori masing-masing. Bisnis model tersebut diantaranya: *content distribution*, *business model content partnership*, *video content partnership*, dan *creative content partnership*.

7. *Marketing Communications Interns*, bertugas untuk membantu karyawan-karyawan dalam menyelesaikan tugas maupun tanggung jawab mereka secara baik.