

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan Kompas Gramedia Group

Kompas Gramedia yang disingkat KG merupakan sebuah perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang media. KG sendiri berdiri pada tanggal 17 Agustus 1963, yang diawali dengan terbitnya sebuah majalah Intisari dibawah kepemimpinan P.K Ojong dan Jakob Oetama. Kompas Gramedia sendiri bergerak bersama seluruh rangkaian komponen bangsa yang terus bergerak secara dinamis melampaui setiap elemen masyarakat Indonesia, melalui lebih dari 400 jaringan usaha. Rangkaian komponen usaha yang didirikan Kompas Gramedia terbagi menjadi 8 bisnis KG yaitu Media, *Retail and Publishing, Hospitality, Manufacture, Education, Event and Venue, Property*, dan *Digital*.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Kompas Gramedia menjadikan perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu serta terbesar di Asia Tenggara melalui pengembangan unit bisnis usaha berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan, dan adil sejahtera.

Nilai keutamaan perusahaan :

Gambar 2.1 Nilai Keutamaan Perusahaan



Sumber : granet.id/kompas-gramedia, 23 Oktober 2020

Nilai keutamaan perusahaan tersebut terdiri dari lima sifat yang dikenal dengan istilah 5C (*Caring, Credible, Competent, Competitive, Customer Delight*).

Caring sendiri didasarkan pada filosofi humanisme transendental, yang memiliki arti berperilaku kemanusiaan, yang berdasarkan keyakinan Tuhan Yang Maha Kuasa dalam menyelenggarakan segala sesuatu. Sifat kedua yaitu *credible* dimana filosofi manusia bekerja selalu dalam berdimensi sosial yang menuntut interaksi secara timbal balik dengan lingkungannya. Beserta dalam melaksanakan tanggung jawab harus didasarkan pada kerja secara ikhlas, disiplin, konsisten dan profesional, maka dipercaya dan dapat diandalkan oleh orang lain. Sifat ketiga *competent* manusia dalam bekerja harus selalu berkembang dengan tujuan untuk memberikan hasil terbaik dalam hidupnya, serta bagi lingkungan. Selanjutnya *competitive* di zaman modern ini diperlukan keberanian dalam menghadapi situasi, sehingga kecerdasan mental diperlukan untuk mengubah ancaman menjadi peluang, dan terakhir *customer delight* diperlukan untuk memenangkan hati pelanggan dengan memberikan pelayanan yang melebihi jangkauan.

2.1.2 Logo Perusahaan

Gambar 2.2 Logo Kompas Gramedia



Sumber : granet.id/kompas-gramedia, 25 Oktober 2020

Struktur logogram Kompas Gramedia membentuk sebuah lingkaran dengan ditambahkan nya inisial KG yang memiliki arti sebagai sebuah lambang dari bola dunia, yang juga mempresentasikan jalur informasi dalam mencapai akses ke berbagai belahan dunia melalui komponen

multimedia. Komposisi warna yang dimiliki mewakili dua warna, yaitu biru tua dan biru muda. Warna biru tua sendiri mewakili nilai kepercayaan, profesional dan kuat, sedangkan biru muda juga mewakili nilai kehidupan dan kemanusiaan. Unsur ketiga nilai yang dimiliki warna biru tua menjadikan sebuah pedoman bagi setiap unsur di Kompas Gramedia untuk melakukan proses bisnis dan mengelola setiap wawasan atau informasi serta kaitannya dengan mendidik masyarakat Indonesia, kemudian diakhiri dengan kedua unsur nilai biru muda yang turut mendasari dan memperkuat karakter Kompas Gramedia sebagai perusahaan media yang turut serta dalam mencerdaskan bangsa dan mencerahkan kehidupan manusia - dilansir dari *grow with kg* (Kompas Gramedia, 2018).

2.1.3 Bisnis Perusahaan

Media sebagai unit bisnis Kompas Gramedia mengedepankan kredibilitas informasi yang lengkap akurat yang disampaikan melalui lebih dari 150 merek media cetak, elektronik dan *broadcast* menjadikan KG sebagai perusahaan media terbesar di Indonesia. Sebagai contoh Kompas.com, Tribunnews.com, Bobo, Nova, Otomotif, Jip, serta Gridoto. Selanjutnya untuk memenuhi sektor *Retail and Publishing*, memiliki 7 penerbit ternama dengan lebih dari 120 jaringan toko dalam memenuhi produk literasi bermutu dan juga produknya seperti Gramedia, Elex Media Komputindo, Grasindo, serta BIP. Di bidang *Hospitality* dan *Manufacture* Kompas sendiri turut menggerakkan lebih dari 110 jaringan hotel seperti Hotel Santika, Amaris, dan The Anvaya, kemudian untuk *Manufacture* Kompas Gramedia melakukan pembangunan dengan tujuan melengkapi fasilitas percetakan dan produksi kemasan yang bermutu seperti Gramedia Printing Group, Metaform, dan Gramedia Mitra Edukasi Indonesia.

Kompas Gramedia juga mendukung perkembangan *Education* di Indonesia melalui pembentukan 6 lembaga pendidikan dan 1 universitas yaitu UMN, Diginusa, Robologee, Kontan Academy, Kompas Institute, dan Elti. Tidak berhenti hanya pada sektor pendidikan KG dalam mendukung program industri *Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition* (MICE)

sebagai contoh nyata Dyandra ingin memberikan jasa profesional penyelenggara pameran acara dan manajemen *venue* dengan reputasi terdepan. KG secara langsung mendukung pemerataan pembangunan dalam bidang *property* dan infrastruktur seperti Medialand, PT Translingkar Kita jaya dan Wisma Kompas Gramedia, terakhir dalam mendukung perkembangan revolusi industri perkembangan teknologi 4.0 *digital* yang mampu menjadi solusi bagi pelaku bisnis dan konsumen meliputi MY VALUE Kompas Gramedia, Stratx, Eperpus, KG Xpress, serta Oval.

2.1.4 Anak Perusahaan

2.1.4.1 Profil Anak Perusahaan Grid Network Kompas Gramedia

Pengalaman Kompas Gramedia dalam mengelola media massa lebih dari 50 tahun, dan melengkapi bagian dari media *business* KG menjadikan Grid Network Gridoto, yaitu sebuah media otomotif dibawah Grid Network (PT Prima Infosarana Media) yang dinaungi oleh Kompas Gramedia Group sebagai portal informasi bagi media gaya hidup dan hiburan. Grid Network sendiri juga berkembang dan bertransformasi dipandu dengan kekayaan data pembaca serta kedalaman untuk memahami perilaku konsumen dan keterkaitannya dengan pembaca di Indonesia. Grid Network juga mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dalam mengelola media di Indonesia yang saat ini sudah memiliki 11 jaringan kanal struktur media *business* yaitu mencakup sektor *adventure, entertainment seeker, urban lifestyle people, avid-learning kids, sportsmanias, young parents, fashion and beauty lover, automotive enthusiast, home-cooking enthusiast, Indonesia youth dan juga science lovers.*

2.1.4.1.2 Visi dan Misi Grid Network Kompas Gramedia

Visi Grid Network Kompas Gramedia adalah membuat sebuah komunitas secara nyata (*Real Community*) dengan berbagai aktivitas dan gerakan, serta misinya secara aktif terlibat dengan orang-orang nyata, yang secara langsung berinteraksi dengan merek baik secara *offline* maupun *online*.

2.1.4.1.3 Logo Perusahaan Grid Network Kompas Gramedia

Gambar 2.3 Logo Grid Network Kompas Gramedia



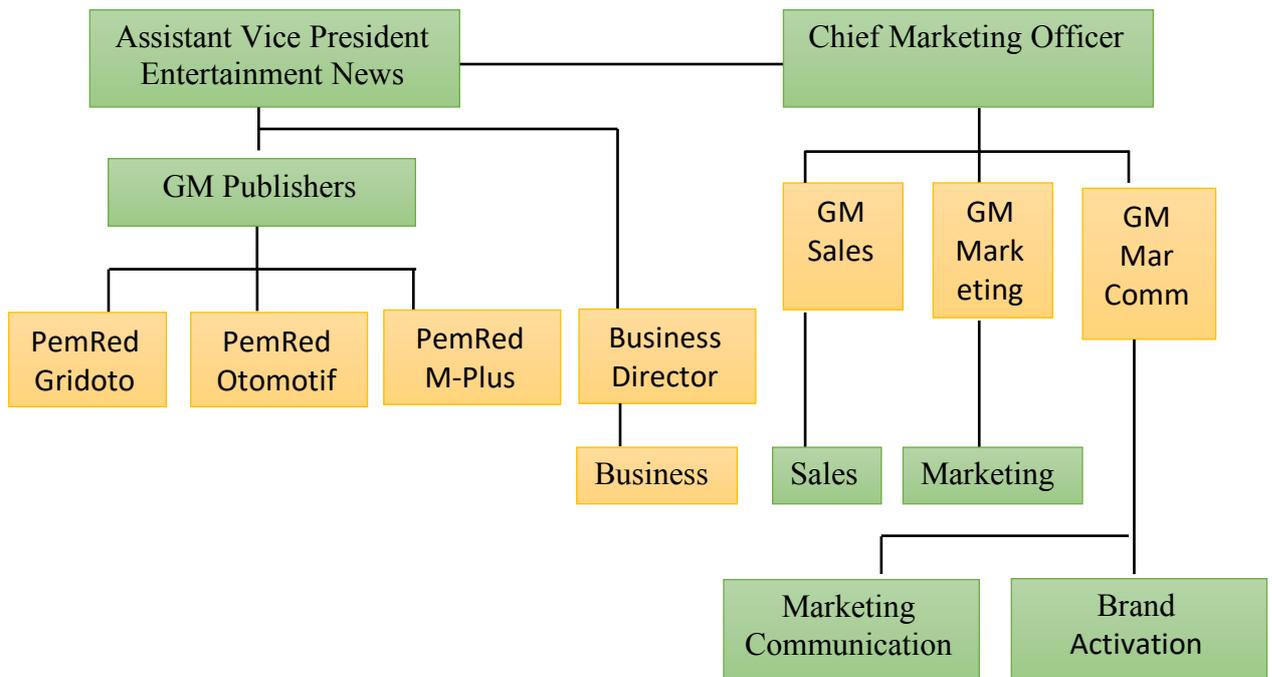
Sumber : gridnetwork.id, 25 Oktober 2020

Grid Network mengenai ‘*touch real audience*’ memberikan pengertian bahwa kami selaku Grid Network memiliki *database* yang memenuhi semua segmentasi kebutuhan pasar diimbangi dengan *business* media yang beragam. Sehingga *audience* yang tumbuh sangat memiliki kedekatan pembaca.

2.1.4.1.4 Struktur Organisasi Grid Network Otomotif Kompas

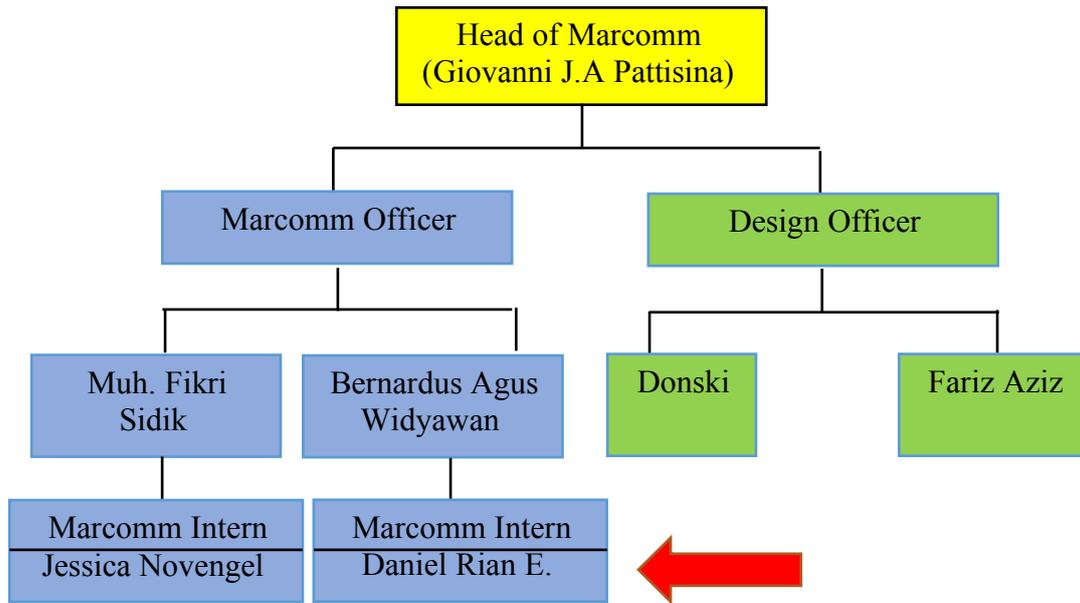
Gramedia

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Grid Network Otomotif



Sumber : Olahan Penulis

**Bagan 2.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication Grid
Network Otomotif**



Sumber : Olahan Penulis

2.2 Ruang Lingkup kerja Divisi Terkait

Gridoto, yaitu sebuah media otomotif dibawah Grid Network (PT Prima Infosarana Media) yang dinaungi oleh Kompas Gramedia Group. Dari media Grid Network otomotif terdapat struktur besar yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu *publisher* yang bergerak dalam bidang pembuatan konten, video, beserta artikel, kemudian *commercial unit* dibagi menjadi dua bagian yaitu ada sales dan marketing yang berfungsi sebagai pendorong dalam aktivitas penjualan produk, selanjutnya di bagian *community specialist* tersebut dibagi menjadi dua bagian inti yaitu bagian *activation*, beserta *marcomm*. *Marcomm* di bagian otomotif sendiri terdapat dua fungsi yaitu sebagai *brand owner* dalam memegang *brand* baik *tabloid*, maupun *print* yang dimiliki seperti Otomotif, Jip, Gridoto.com, dan Motorplus, serta *brand activation* yang bertugas untuk menjalankan *event*, baik *event brand* yang dimiliki oleh Gridoto, maupun *event brand external*.

2.2.1 Aktivitas Grid Network Otomotif Kompas Gramedia Otomotif

Berikut beberapa aktivitas Grid Network Otomotif Internal:

a) Otomotif Awards

Otomotif Awards merupakan penghargaan tahunan yang diberikan oleh otomotif group kepada merek mobil dan motor dalam memimpin industri dengan inovasi dan teknologinya. Pemilihan panitia penghargaan otomotif terdiri dari pakar otomotif dengan pengalaman terkemuka di industri otomotif, serta pemilihan dilakukan dengan menggunakan metode khusus untuk memastikan objektivitas. Penghargaan ini dibentuk dengan tujuan menjadi panduan praktis bagi konsumen dalam memilih merek kendaraan yang paling sesuai untuk kebutuhan.

b) MotorPlus Garage

MotorPlus Garage sendiri merupakan wadah berkumpulnya para pecinta budaya *custom* roda dua, serta kami juga menghadirkan pabrikan motor *custom lokal* roda dua yang memiliki segudang prestasi, *marketplace sparepart* dan modifikasi. Sebagai tambahan dalam memfasilitasi *event* kami juga memberikan bentuk hiburan yang menghibur para *bikers*.

c) Otobursa

Otobursa sendiri merupakan sebuah festival *marketplace* tahunan di Indonesia yang telah hadir sejak tahun 1998 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan para pecinta otomotif dalam mencari suku cadang dengan harga terjangkau. Otobursa juga menampilkan sebuah hiburan yang menghadirkan penampilan gajah monster sebagai aksi menghancurkan mobil yang ditunggu oleh penontonnya.