

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Kompas.com merupakan bagian dari Kompas Gramedia, tepatnya di bawah perusahaan PT Kompas Cyber Media (KCM). Lokasi kantor *Kompas.com* berada di Jalan Palmerah Selatan No. 21, RT. 4/ RW. 2, Gelora, Tanah Abang, Jakarta Pusat.

Dilansir dari *Kompas.com*, pada 14 September 1995, *Kompas.com* awalnya hadir dengan nama *Kompas Online* atau disingkat menjadi KOL. Sebagai salah satu pionir media online di Indonesia, tampilan KOL masih sangat sederhana, menampilkan berita-berita harian *Kompas*. Baru pada tahun 2008, KOL beralih nama menjadi *Kompas.com* dengan menambah kanal, dan memiliki tagline “Jernih Melihat Dunia” (Kompas.com, 2019).

Di tengah derasnya arus informasi yang membanjiri internet, *Kompas.com* hadir dengan beritanya yang tetap disiplin verifikasi. Dikutip dari *Kompas.com*, media online ini tidak ingin menjadi bagian dari kegaduhan atau *noise* di media sosial, melainkan menjadi jawaban atas kegaduhan yang ada atau disebut *voice*. Hal ini didapat dari warisan sang pendiri, Jakob Oetama, yang mengedepankan akurasi dan independensi. Kini lebih dari 15 kanal ada di *Kompas.com* (Kompas.com, 2019).

Sejak tahun 2010, *Kompas.com* terus mendapatkan berbagai penghargaan mulai dari media sosial terbaik, *media online* terbaik, anugerah adinegoro, *media online* terpercaya dari *superbrands award*, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.1 Tampilan Laman *Kompas.com*

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Adelia Galuh, selaku *Human Resource* dari *Kompas.com*, menjelaskan bahwa *Kompas.com* memiliki visi dan misi untuk 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 (Galuh, personal Communication, 2020).

2.1.2 Filosofi Logo *Kompas.com*

Gambar 2.2 Logo *Kompas.com*



Logo dengan segitiga bertumpuk merepresentasikan panah penunjuk arah dan diilhami sebagai penunjuk arah mata angin beriringan dengan value *Kompas.com* yang dijadikannya pedoman dalam menyajikan berita kepada pembaca. Dengan rotasi yang berbeda, segitiga ini diartikan sebagai kebebasan untuk berpendapat dan memilih pandangan bagi pembaca (Galuh, personal communication, 2020).

2.1.3 Karya yang Dihasilkan

Bergerak dibidang jurnalistik, 20 kanal *Kompas.com* hadir dalam bentuk artikel *hard news*, *feature*, dan *in-depth reporting*. Selain itu, tampilan artikel juga didukung dengan karya visual seperti foto, video, dan infografik. Berita-berita yang disampaikan bersumber dari peristiwa dalam negeri dan luar negeri.

Kompas.com terus berusaha mengembangkan kanalnya, demi memenuhi kebutuhan pembaca. Hingga laporan ini dibuat, terdapat 20 kanal yang ditawarkan *Kompas.com*, yakni; *News*, *Tren*, *Health*, *Food*, Edukasi, Inspirasi,

Money, Tekno, Lifestyle, Homey, Properti, Bola, Travel, Otomotif, Sains, Hype, VIK, Kolom, JEO, dan Images.

Selain berbentuk artikel yang di publikasikan lewat *website, Kompas.com* juga memanfaatkan media sosial seperti; *Twitter, Facebook, dan Instagram* dalam mempublikasikan beritanya. Di akun *Twitter* dan *Facebook, Kompas.com* hanya mencantumkan *link* yang menyambungkan pembaca ke artikel yang bersangkutan. Sedangkan di *Instagram, Kompas.com* hadir dalam bentuk video singkat, dengan keterangan singkat pada kolom *caption* dan diarahkan pada *link* artikel bersangkutan. *Kompas.com* juga memanfaatkan fitur *swipe up* pada *Instagram Story (IGs)* untuk menampilkan foto berita berbentuk vertikal yang menghubungkan pembaca pada artikel berita bersangkutan apabila laman dipijat ke atas.

2.1.4 Sturktur Organisasi Perusahaan

Bagan 2.1 Redaksi *Kompas.com*

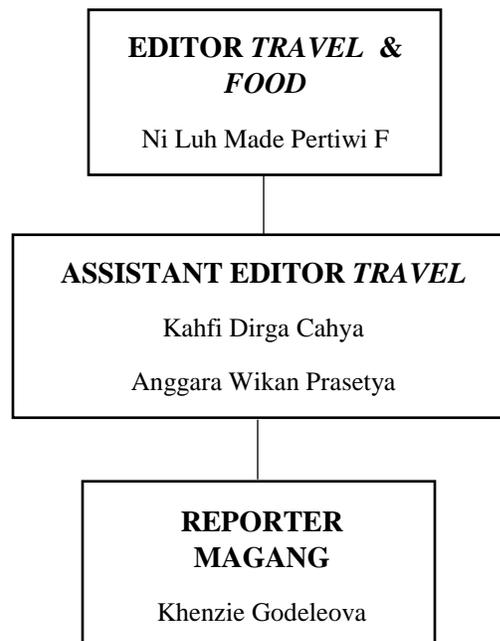


2.2 Ruang Lingkup Kerja

Penulis menjalankan kerja magang dalam dua desk, yakni *travel* dan *food*. Selain itu, penulis juga membuat konten untuk media sosial @Kompas.travel. Semua pekerjaan selama proses kerja magang tetap berada dalam satu lingkup ruang kerja, karena masih di bawah kepemimpinan editor *travel* dan *food*, yakni Ni Luh Made Pertiwi F.

2.2.1 Travel

Bagan 2.2 Struktur Desk *Travel Kompas.com*

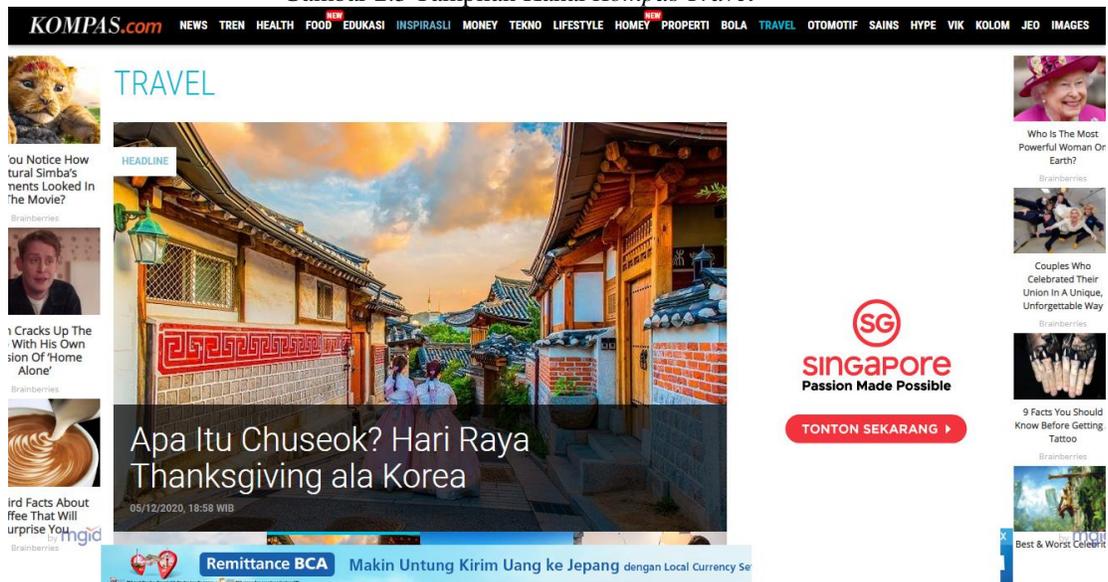


Kanal Travel berisikan berita-berita mengenai pariwisata Indonesia dan luar Indonesia. Artikel diterbitkan dari hasil liputan, wawancara, dan artikel terjemahan dari media luar. Dalam kanal *travel*, ada lima bagian jenis artikel, yakni Jalan-Jalan, *Travel Tips*, *What's Hot*, Superapp, Indeks, Makan-Makan, Promo dan Diskon, Galeri, dan Ohayo Jepang.

Ni Luh Made Pertiwi F, atau Kadek Pertiwi memimpin kanal *travel*, selaku editor *travel* sekaligus *food*. Kanal *travel* juga memiliki dua asisten editor, yakni Kahfi Dirga Cahya dan Anggara Wikan Prasetya. Editor bertugas untuk memastikan isu dan tata cara penulisan berita yang dipublikasikan layak untuk dikonsumsi publik. Sedangkan asisten editor berperan sebagai penyunting berita dari hasil tulisan para reporter.

Selama praktik kerja magang, penulis dibimbing langsung oleh editor dan juga asisten editor, khususnya Kahfi Dirga Cahya. Editor dan asisten editor di *travel Kompas.com* bertanggung jawab untuk memastikan bahwa kelayakan hasil tulisan penulis bisa dipublikasikan.

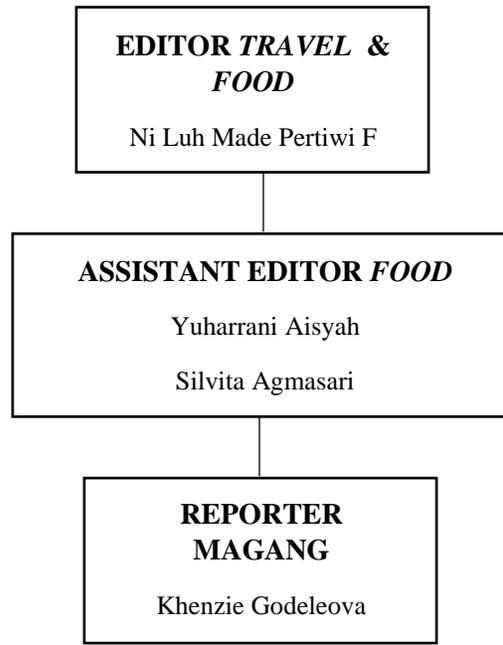
Gambar 2.3 Tampilan Kanal *Kompas Travel*



Sumber: *Kompas.com*

2.2.2 Food

Bagan 2.3 Struktur Desk *Food Kompas.com*



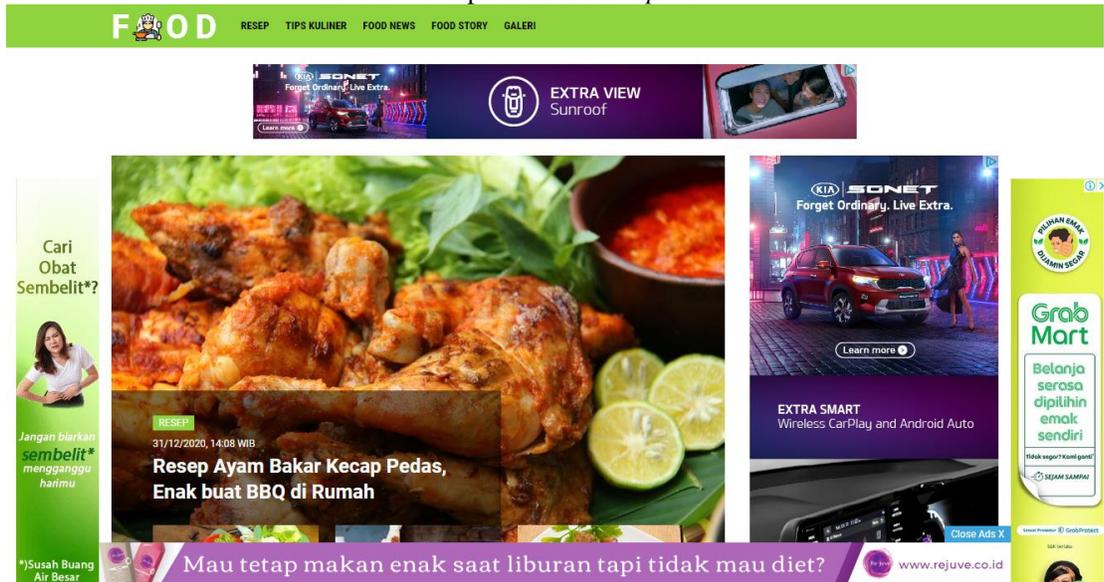
Food merupakan kanal yang menyajikan pemberitaan mengenai makanan dan juga wisata kuliner. Ada lima bagian dalam satu kanal *food*, yakni resep, *food news*, tips kuliner, *food story* dan galeri.

Kanal ini juga masih dalam naungan Ni Luh Made Pertiwi F, karena dulunya *travel* dan *food* berada dalam satu kanal. Ada dua asisten editor dalam kanal *food*, yakni Yuharrani Aisyah dan Silvita Agmasari. Dalam pelaksanaan magang, penulis diberi kesempatan untuk berkoordinasi dengan kedua asisten editor, dan dibimbing langsung dalam penulisan artikel.

Sama seperti kanal *travel*, *food* juga menyajikan artikel berupa hasil terjemahan dari media lain, resep dari media lain, liputan virtual, dan wawancara dengan koki. Namun ada satu yang membedakan, yakni menyadur resep dari masakan yang sedang tren, melalui akun-akun media sosial seperti *TikTok*,

Instagram dan juga *Youtube*. Hal ini membuat artikel *food* selalu mengikuti perkembangan tren dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Gambar 2.4 Tampilan Kanal *Kompas Food*



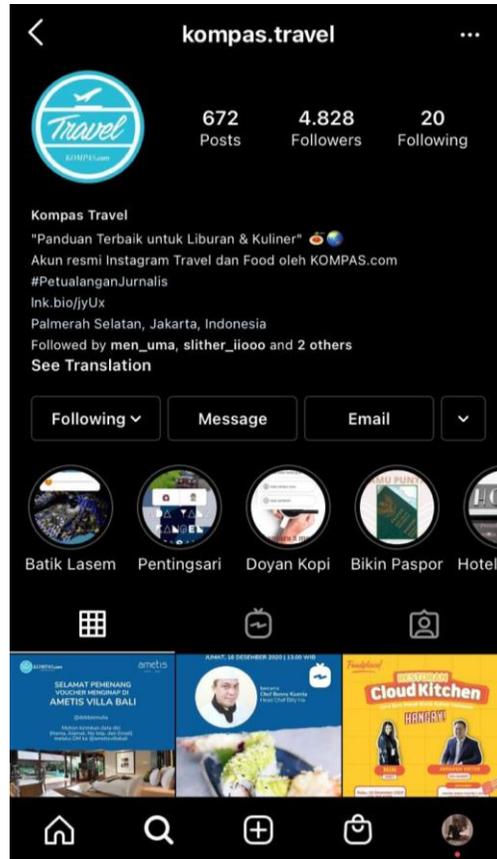
Sumber: *Kompas.com*

2.2.3 Media Sosial @Kompas.travel

Penulis juga berkesempatan untuk membuat konten di akun media sosial *Instagram* @kompas.travel. Konten yang dibuat harus tetap sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik. Bersumber dari artikel pariwisata yang ada di *Kompas Travel*, konten-konten yang dibuat merupakan visualisasi dari informasi yang disampaikan dalam artikel. Isu dari konten disesuaikan dengan tren saat itu.

Media sosial ini dikelola dan juga dibuat dari hasil penyuntingan konten oleh Ni Luh Made Pertiwi F, dibantu Roderick. Penulis berperan dalam memberi ide-ide pembuatan konten, membuat bentuk visualnya, dan juga diberi kebebasan memilih isu yang diangkat.

Gambar 2.5 Instagram @Kompas.travel



Sumber: Dok. Pribadi