



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

##### 2.1.1 Sejarah Singkat *Kompas.com*

Dilansir dari laman *Kompas.com*, media ini telah hadir pertama kali di internet sejak 14 September 1995. *Kompas.com* merupakan pionir media *online* di Indonesia yang awalnya bernama *Kompas Online*. Pada mulanya, *Kompas Online* atau KOL yang dapat diakses dengan alamat *Kompas.co.id* hanya menampilkan replika dari berita-berita harian *Kompas* yang terbit pada hari itu. Tujuannya agar *Kompas* dapat memberikan layanan kepada para pembaca harian *Kompas* di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi *Kompas*. Dengan adanya *Kompas Online*, para pembaca harian *Kompas* di Indonesia bagian timur dan luar negeri dapat menikmati harian *Kompas* hari itu juga tanpa perlu menunggu beberapa hari karena jarak (*Kompas.com*, n.d., par. 4).

Pada tahun 1996, *Kompas Online* berubah menjadi [www.Kompas.com](http://www.Kompas.com) untuk memberikan layanan yang maksimal. Dengan mengubah alamatnya menjadi baru, *Kompas Online* menjadi semakin populer di kalangan pembaca setia *Harian Kompas* di luar negeri. Kemudian pada 6 Agustus 1998, *Kompas Online* pun dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis tersendiri di bawah PT *Kompas Cyber Media* (KCM), setelah melihat adanya potensi dunia digital yang besar. Sejak saat itu, *Kompas Online* dikenal dengan sebutan KCM (*Kompas.com*, n.d., par. 5).

Pembaca KCM semakin meningkat pesat seiring bertumbuhnya pengguna internet di Indonesia. Akses informasi yang mudah membuat masyarakat tidak terpisah dari kebutuhan akan informasi dalam kehidupan sehari-harinya. Seiring dunia digital yang terus berubah, KCM pun terus berbenah diri. Hal ini dibuktikan dengan *rebranding* yang dilakukan pada 28 Mei 2008, *Kompas Online* berubah menjadi

*Kompas.com*. Kanal-kanal berita bertambah, produktivitas sajian ditingkatkan untuk memberikan informasi yang update dan aktual kepada pembaca. *Rebranding* ini menegaskan bahwa *Kompas.com* ingin hadir di tengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisme yang baik di tengah derasnya aliran informasi yang belum jelas kebenarannya (*Kompas.com*, n.d., par. 8).

### 2.1.2 Data Umum *Kompas.com*

Nama perusahaan : PT Kompas Cyber Media

Nama media : *Kompas.com*

Alamat : Menara Kompas, Lt 5, Jl Palmerah Selatan No. 21, Jakarta 10270, Indonesia.

No. Telp : 62-21 53699200 / 5350377

Fax : 62-21 5360678

Website : [www.Kompas.com](http://www.Kompas.com)

Slogan : Jernih Melihat Dunia

Media sosial : 1. Facebook : *Kompas.com*

2. Twitter : @kompascom

3. Instagram : @kompascom

4. Line : @Kompas.com

5. TikTok : @kompascom

6. YouTube : *Kompascom Reporter on Location*

Gambar 2.1 Situs *Kompas.com*



Sumber: Dokumentasi penulis (*Kompas.com*)

Gambar 2.2 Laman Facebook *Kompas.com*



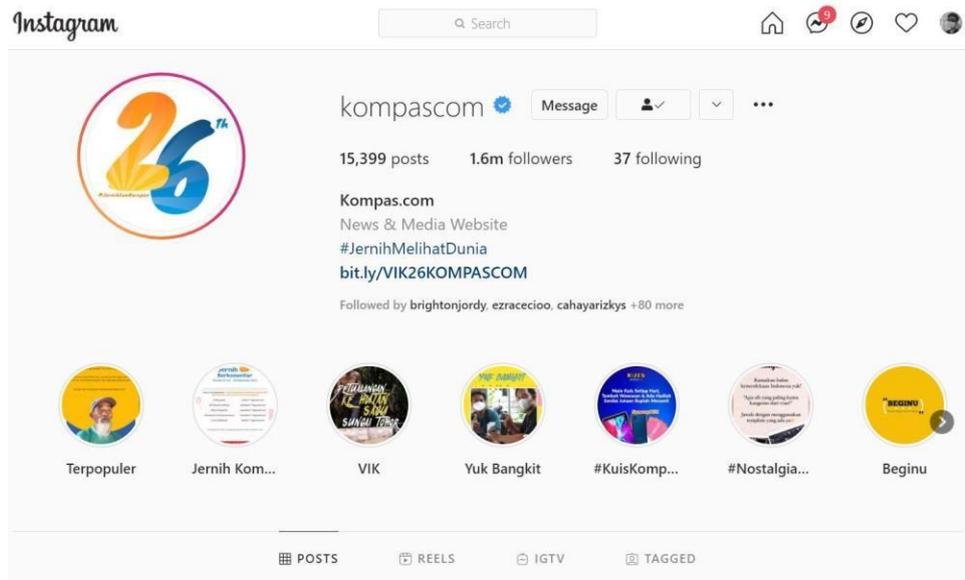
Sumber: Dokumentasi penulis (Facebook/*Kompascom*)

Gambar 2.3 Twitter *Kompas.com*



Sumber: Dokumentasi penulis (Twitter/*kompascom*)

Gambar 2.4 Instagram *Kompas.com*



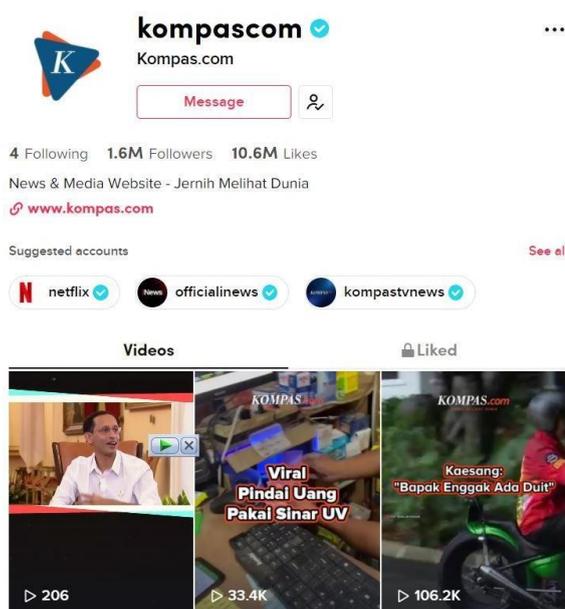
Sumber: Dokumentasi penulis (Instagram/*kompascom*)

Gambar 2.5 Line *Kompas.com*



Sumber: Dokumentasi penulis (Line/*@Kompas.com*)

Gambar 2.6 TikTok Kompas.com



Sumber: Dokumentasi penulis (TikTok/kompascom)

Gambar 2.7 YouTube Kompascom Reporter on Location



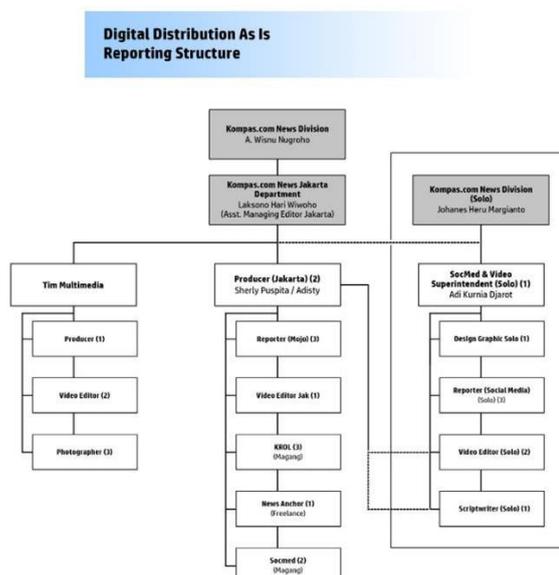
Sumber: Dokumentasi penulis (YouTube/KompascomReporteronLocation)

### 2.1.3 Visi dan Misi Kompas.com

Visi dan misi dari *Kompas.com* adalah 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.

## 2.1.4 Struktur Redaksi Kompas.com

Gambar 2.8 Bagan Struktur Redaksi Distribusi Digital



Sumber: HRD *Kompas.com* (2021)

## 2.1.5 Filosofi Logo Kompas.com

*Kompas.com* memiliki *tagline* yang berbunyi “Jernih Melihat Dunia”. *Tagline* tersebut menggambarkan bahwa *Kompas.com* merupakan media penyaji informasi yang menggunakan sudut pandang objektif utuh, independen, tidak berat sebelah baik oleh kepentingan ekonomi, politik, maupun kekuasaan. *Kompas.com* memperoleh berita berdasarkan dengan fakta dari sumber tepercaya untuk menghasilkan berita yang utuh.

Gambar 2.9 Logo *Kompas.com*



Sumber: *Kompas.com*

Warna biru yang terdapat pada logo *Kompas.com* merupakan symbol yang memiliki arti kepercayaan, komitmen dan bisa dandalkan. Warna biru juga menggambarkan kemudahan dalam komunikasi. Sementara warna orange yang terdapat pada logo *Kompas.com* menstimulasi rasa ingin tahu serta kreativitas. Warna orange juga menggambarkan seiring munculnya keingintahuan, maka eksplorasi akan datang mengikuti. Warna ini juga menggambarkan suasana yang cerita erta energi baru di *Kompas.com*.

## **2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait**

Praktik kerja magang sebagai *video journalist* yang dilakukan oleh penulis terdapat dalam divisi *news* atau *News Department*. Departemen ini dibagi menjadi tiga bagian, yakni rubrik/kanal, bagian solo, dan divisi multimedia. Bagian rubrik/kanal dibagi lagi menjadi beberapa kategori. Bagian ini memiliki peran dalam pembuatan konten (artikel) pada setiap rubrik.

Adapun pada bagian regional, reporternya merupakan kontributor yang berasal dari berbagai daerah. Sementara itu, tim Solo berfokus pada pembuatan konten yang tidak mengharuskan reporternya turun ke lapangan. Dinamakan tim Solo karena terdapat kantor *Kompas.com* di Solo. Bagian solo bertugas untuk menggali konten yang memperkuat *search engine optimization* (SEO). Selain itu, terdapat juga tim Jakarta yang kantor pusatnya berada di daerah Palmerah. Anggota yang berada di divisi multimedia bertugas untuk meliput produksi foto dan video untuk melengkapi produksi foto dan video di *Kompas.com*. Setelah menghasilkan foto dan video secara mandiri, mereka akan mempublikasinya.

Mengingat penulis melakukan magang pada saat pandemi Covid-19, selama magang berlangsung penulis melaksakannya secara *work from home* (WFH). Alur pekerjaan pun mayoritas dilaksanakan dengan berkomunikasi melalui pesan. Setiap pagi penulis akan mendapat topik dari redaktur pelaksana melalui grup WhatsApp yang berisi tim *Kompas Reporter on Location* (KROL). Kemudian penulis akan mengolah topik yang diberikan mulai dari pembuatan naskah, mengisi suara, mengumpulkan *footage*, dan menyunting video. Setelah tahap produksi selesai, produser akan mengecek kualitas dari video yang sudah dibuat. Jika sudah aman, penulis dapat mengirimnya untuk diunggah ke Youtube.

Setiap *video journalist* diberikan tanggung jawab untuk memproduksi video yang akan ditampilkan di Youtube, Instagram, facebook, maupun TikTok milik *Kompas.com*. Oleh karena itu, penulis dan tim diberi akses studiohub untuk mempublikasikan hasil produk videonya ke Youtube milik *Kompas.com*. Untuk lanjut ke topik berikutnya, setiap *video journalist* akan memberi kabar melalui grup WhatsApp tersebut agar tidak ada yang memproduksi konten yang sama.