



### **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**

Melalui profil perusahaan, pembaca dapat mengetahui lebih dalam tentang gambaran perusahaan tempat penulis menjalani praktik kerja magang. Berikut adalah profil dari *Kompas.com*.

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

Berdasarkan laman situs resmi *Kompas.com*, dijelaskan bahwa *Kompas.com* merupakan salah satu pionir dari media-media daring di Indonesia. *Kompas.com* muncul di internet pada 14 September 1995 yang saat itu masih dengan nama *Kompas Online* (KOL). Pada awalnya, KOL yang dapat diakses melalui alamat *kompas.co.id* hanya menyajikan berita-berita replika dari harian *Kompas* yang terbit di hari yang sama. Hal ini bertujuan untuk memberikan layanan untuk para pembaca harian *Kompas* di lokasi yang terbilang sulit dijangkau oleh bagian distribusi Kompas. Hadirnya *Kompas Online*, para pembaca harian *Kompas* di Indonesia timur dan luar negeri dapat membaca harian *Kompas* di hari yang sama.

Pada awal 1996, alamat *Kompas Online* diganti menjadi [www.kompas.com](http://www.kompas.com) dengan tujuan untuk memberikan layanan maksimal. Alamat baru ini membuat *Kompas Online* menjadi kian populer untuk para pembaca harian *Kompas* yang berada di luar negeri. Tidak berhenti sampai situ, *Kompas Online* lalu dikembangkan pada 6 Agustus 1998 menjadi satuan bisnis tersendiri dan dibawah oleh PT Kompas Cyber Media (KCM). Saat ini, para pengunjung KCM tidak hanya memperoleh replika harian *Kompas*, tetapi juga memperoleh perkembangan terkini dari berita-berita terbaru sepanjang hari. Terlebih lagi saat ini pengunjung KCM meningkat pesat seiring bertumbuhnya pengguna internet di Indonesia.

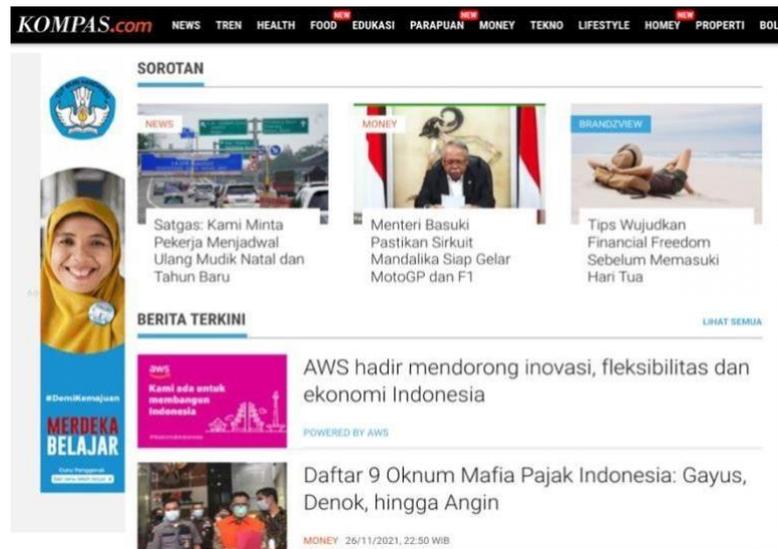
Portal berita ini kemudian melakukan *rebranding* menjadi *Kompas.com* pada 29 Mei 2008. *Rebranding* dilakukan dengan merujuk pada Kompas yang selama ini dikenal selalu menyajikan jurnalisme yang memiliki makna. Selain

menambah kanal berita, sajian berita *Kompas.com* pun ditingkatkan untuk memberikan informasi yang terkini dan teraktual kepada para pembaca.

### 2.1.2 Data Umum *Kompas.com*

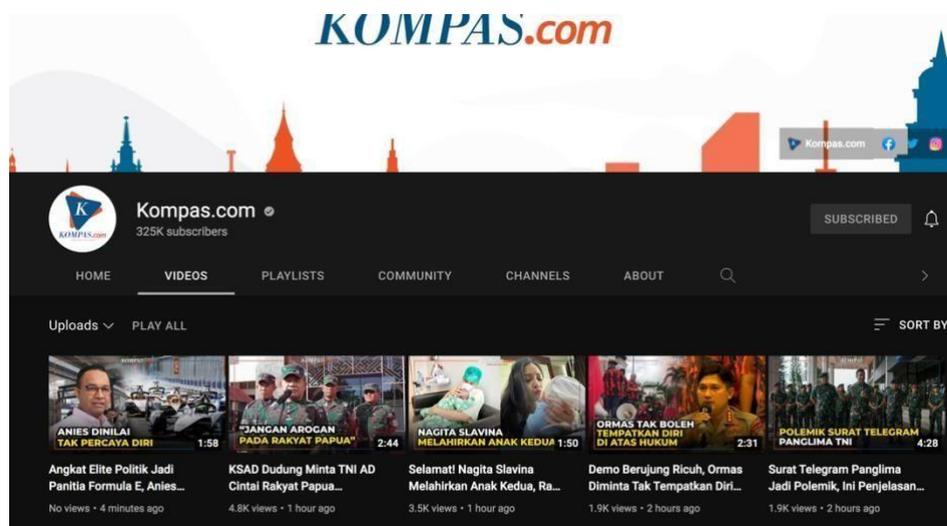
Nama Perusahaan	: PT Kompas Cyber Media
Nama Media	: Kompas.com
Alamat	: Gedung Kompas Gramedia, Unit II Lt. 5 Jl. Palmerah Selatan No. 22-28, Jakarta Pusat, 10270.
Nomor Telepon	: 021 5350377 / 53699200
Nomor Fax	: 021 5360678
Situs Web	: <a href="http://www.kompas.com">www.kompas.com</a>
Slogan	: Jernih Melihat Dunia
Media Sosial	:
1. YouTube	: Kompas.com
2. Facebook	: Kompas.com
3. Instagram	: @kompascom
4. Twitter	: @kompascom
5. TikTok	: @kompascom

Gambar 2.1 Situs Web *Kompas.com*



Sumber: [www.kompas.com](http://www.kompas.com) (2021)

Gambar 2.2 Kanal YouTube *Kompas.com*



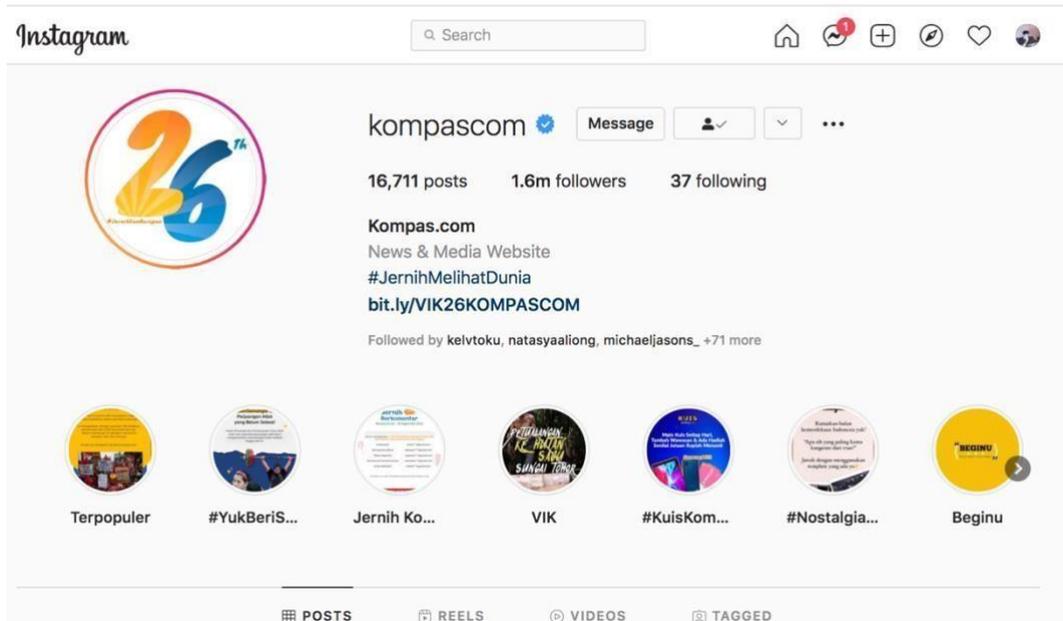
Sumber: YouTube *Kompas.com* (2021)

Gambar 2.3 Laman Facebook *Kompas.com*



Sumber: Facebook *Kompas.com* (2021)

Gambar 2.4 Akun Instagram *Kompas.com*



Sumber: Instagram *Kompas.com* (2021)

Gambar 2.5 Akun Twitter *Kompas.com*



Sumber: Twitter *Kompas.com* (2021)

Gambar 2.6 Akun TikTok *Kompas.com*



Sumber: TikTok *Kompas.com* (2021)

### 2.1.3 Visi dan Misi *Kompas.com*

Setiap perusahaan atau media tentu memiliki visi dan misinya masing-masing demi mencapai tujuan perusahaan atau media tersebut. Visi merupakan visualisasi realistik tentang masa depan yang ingin diwujudkan dalam jangka waktu tertentu (Calam dan Qurniati, 2016, p. 54). Sementara itu, misi merupakan penjabaran tentang hal-hal yang akan dilakukan demi mewujudkan visi yang dibuat (Liputan6.com, 2019, para. 13).

Visi dan misi dari *Kompas.com* ialah 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.

### 2.1.4 Filosofi Logo *Kompas.com*

Gambar 2.7 Logo *Kompas.com*



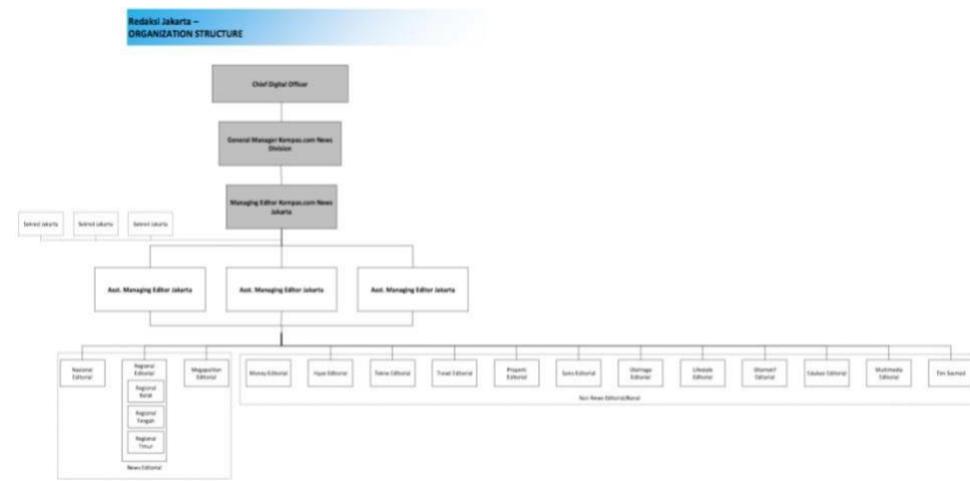
Sumber: HRD *Kompas.com* (2021)

Logo *Kompas.com* dibuat dengan mempertimbangkan makna dari setiap unsur dalam logonya. Arti dari logo *Kompas.com* divisualisasikan dalam bentuk tulisan Kompas yang disertai beberapa warna dengan arah 360 derajat. Hal ini menunjukkan bahwa *Kompas.com* bukan hanya berdasar pada satu arahan, melainkan ingin memuat nilai keberagaman. Selain itu, terdapat bentuk segitiga tumpeng tindih yang melambangkan representasi panah petunjuk arah dan diilhami dari arah mata angin. Makna ini sejalan dengan nilai *Kompas.com* sebagai pedoman berita untuk para pembacanya.

Tak hanya itu, sudut rotasi yang berbeda antar segitiga memiliki makna tentang kebebasan berpendapat dan memilih pandangan bagi pembaca. Terakhir, warna oranye, biru, dan hijau merepresentasikan pembaca *Kompas.com* yang beragam.

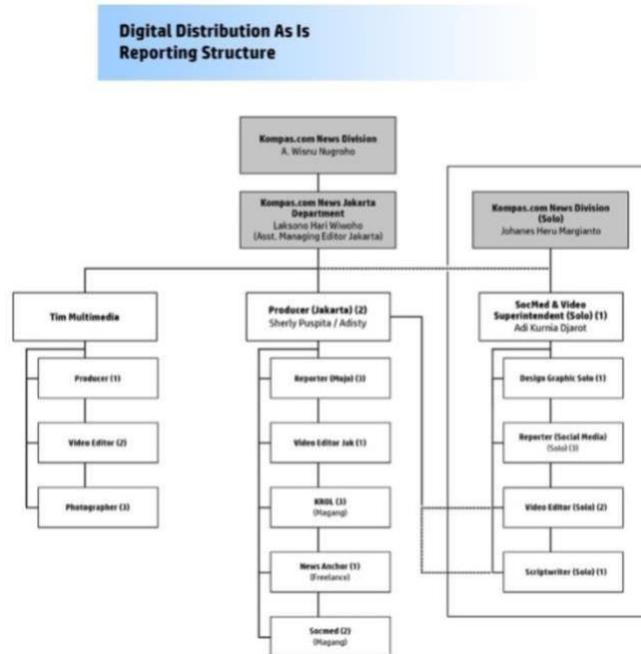
### 2.1.5 Struktur Redaksi *Kompas.com*

Gambar 2.8 Bagan Struktur Redaksi *Kompas.com*



Sumber: HRD *Kompas.com* (2021)

Gambar 2.9 Bagan Struktur Redaksi Divisi *News*



Sumber: HRD *Kompas.com* (2021)

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Selama menjalani praktik kerja magang di *Kompas.com.*, penulis bekerja sebagai jurnalis video dan ditempatkan pada divisi Multimedia. Divisi ini memproduksi video yang akan diunggah pada media sosial *Kompas.com*, yakni YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter. Dalam mengolah dan memproduksi video, penulis bekerja dengan beberapa anggota lain yang bekerja sebagai produser, penyunting video, dan penulis naskah serta sesama anggota magang yang bekerja sebagai jurnalis video.

Dalam menjalani tugas sehari-hari, penulis tidak hanya menyunting video yang kemudian langsung diunggah. Sebagai jurnalis video, penulis juga terlibat dalam proses pengolahan video dari awal, yakni penentuan topik. Tak hanya itu, penulis juga bertugas untuk mengetik naskah, mengisi suara, membuat gambar mini (*thumbnail*) untuk kanal YouTube, dan tentunya menyunting video. Terkadang penulis juga ditugaskan untuk menjadi host dalam beberapa segmen khusus yang ada pada kanal YouTube *Kompas.com*.

Video yang telah diproduksi dan diunggah ke YouTube pun akan ditampilkan pada artikel-artikel di *Kompas.com* yang topiknya berhubungan dengan olahan video tersebut. Hal ini dilakukan guna melengkapi informasi melalui olahan video yang menampilkan audio visual. Video yang diunggah di YouTube pun menyertakan tautan artikel yang disematkan pada kolom komentar. Selain saling melengkapi, tentunya hal ini dilakukan guna menambah *engagement* video dan artikel yang diunggah.

Kanal YouTube tempat video olahan penulis diunggah adalah kanal *Kompas.com* dan *Kompas.com Reporter on Location* (KROL). Pada kanal KROL, *footage* berupa foto atau video untuk diolah berasal dari wartawan yang turun langsung ke lapangan untuk meliput suatu peristiwa. *Footage* tersebut nantinya akan dikirim kepada tim Multimedia lalu diolah menjadi sebuah video berita. Sayangnya sejak pandemi Covid-19 merebak, para wartawan mengalami kesulitan untuk meliput langsung ke lapangan. Oleh sebab itu, video-video yang diunggah di kanal YouTube KROL mengambil *footage* dari sumber-sumber langganan *Kompas.com* dan *footage* dari jurnalis warga. Hal itu dilakukan lantaran belum ada *footage* langsung dari wartawan KROL.