

## BAB 2

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

PT Kompas Media Nusantara atau Harian Kompas merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi surat kabar. Kantor redaksi Harian Kompas terletak pada Gedung Kompas Gramedia Jalan Palmerah Selatan 26-28, DKI Jakarta, Indonesia. Selain media cetak, Harian Kompas mengembangkan platform berita berbasis digital. Kompas.id merupakan situs dan aplikasi premium Harian Kompas yang dirilis pada 2017. Situs dan aplikasi tersebut dirilis sebagai bentuk tanggapan Harian Kompas terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat, tetapi tetap berusaha menjaga nilai jurnalistik khas Harian Kompas (Sodikin, 2018).



**Gambar 2.1** Gedung Kompas Gramedia  
(sumber Wahyono, 2020)

Salah satu kantor tempat penulis melakukan kerja magang adalah gedung Kompas Gramedia seperti gambar di atas. Menggunakan “Amanat Hati Nurani Rakyat” sebagai semboyan, Harian Kompas dikenal sebagai sumber informasi yang terpercaya, akurat, dan mendalam. Berikut adalah kekuatan dan nilai yang dijunjung tinggi oleh Harian Kompas (Kompas.id, n.d.):

- 1) Kontribusi sampai jalur distribusi.
  - Selain 241 wartawan yang tersebar di seluruh Indonesia, jalur distribusi Harian Kompas didukung oleh lebih dari 1.500 agen dan lebih dari 20.000 looper yang tersebar dari Aceh hingga Papua.
- 2) Tidak sekadar memberi informasi.
  - Harian Kompas berkontribusi mengawal proses demokrasi, mencari solusi bagi persoalan bangsa, dan berkontribusi membangun bibit unggul di dunia sepak bola.
- 3) Media komunikasi *brand*.
  - Dalam 1 tahun terakhir, sebanyak 1.379 *brand* mempercayakan komunikasi produk maupun korporat kepada Harian Kompas.
- 4) Memberi dampak nyata.
  - Dalam setahun, Harian Kompas menyelenggarakan lebih dari 15 *event* berskala nasional hingga internasional.
- 5) Turut mencerdaskan masyarakat.
  - Tak hanya mencerdaskan masyarakat melalui media cetak maupun digital, Harian Kompas juga menghadirkan Kompas Institute yang menyediakan berbagai kelas profesional.
- 6) Inovasi adalah keharusan.
  - Harian Kompas menghadirkan platform digital premium yaitu Kompas.id pada 2017 sebagai langkah merintis konten berbayar di Indonesia.

## 2.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Harian Kompas pertama kali terbit pada 28 Juni 1965 dan masih terus menerbitkan surat kabar hingga saat ini. Perusahaan media ini didirikan oleh Petrus Kanisius Ojong dan Jakob Oetama sebagai yayasan untuk menerbitkan koran pada awalnya. Yayasan tersebut diberi nama “Bentara Rakyat” dengan koran yang bernama sama. Kemudian, nama “Kompas” dicetuskan oleh Bung Karno yang bermakna “pemberi arah dan jalan dalam mengarungi lautan atau hutan rimba”. Kompas edisi perdana diterbitkan dengan 4 halaman sebanyak 4.828 eksemplar dengan harga

berlangganan Rp500,00 per bulan (Bramasta, 2020). Sejak penerbitan perdana, *Harian Kompas* telah mendapat berbagai penghargaan seperti juara umum Penghargaan Jurnalistik Adinegoro PWI Jaya pada 1983, Penghargaan WHO atas dedikasi melindungi masyarakat dari bahaya merokok, Penghargaan Jurnalistik Adinegoro oleh Persatuan Wartawan Indonesia untuk kategori jurnalistik foto pada Februari 2019 (Kompas.id, n.d.), *Silver Champion* pada kategori *Consumer Electronic, Telecommunication & Media subNewspaper* pada 2020, dan lain lain (Dirhantoro, 2020). Edisi perdana surat kabar Kompas dapat dilihat pada gambar di bawah.

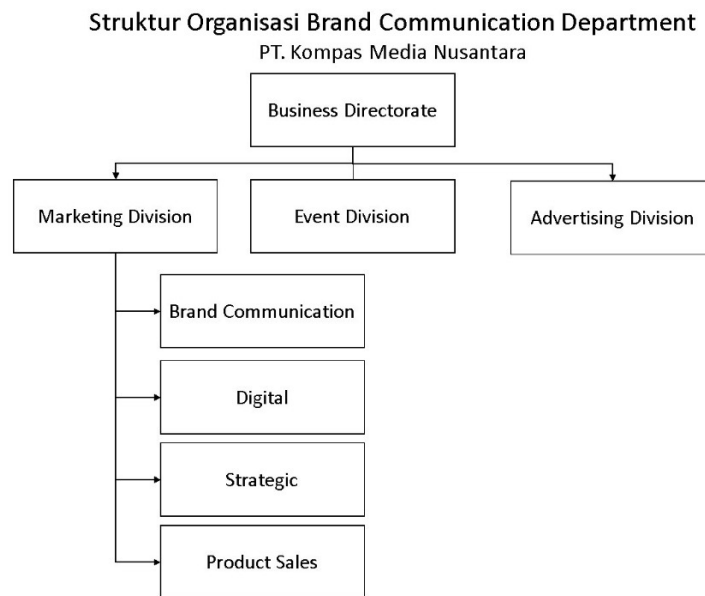


**Gambar 2.2** *Harian Kompas* edisi perdana yang terbit pada 28 Juni 1965 (sumber Bramasta, 2020)

Sebagai perusahaan yang telah lama bergerak di bidang media cetak, *Harian Kompas* menghadirkan platform digital bagi masyarakat pada Februari 2017. *Kompas.id* tersedia baik pada aplikasi yang dapat diunduh maupun situs yang dapat diakses secara premium sebagai bentuk ekstensi konten cetak (Wahyono, 2020). *Kompas.id* menghadirkan berbagai fitur yang mengutamakan nilai-nilai jurnalistik khas *Harian Kompas*, seperti *e-paper*, arsip reportase langsung, di balik berita, tutur visual, dan sebagainya. Selain itu, konten tersedia dalam berbagai kategori seperti politik, hukum, ekonomi, opini, humaniora, dan sebagainya (Kompas.id, n.d.)

## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Sebagai *Marketing Communication Conceptor*, divisi tempat penulis melakukan kerja magang adalah divisi *Brand Communication*. Berikut struktur organisasi *Brand Communication Department*:



Created by Universal Document Converter

**Gambar 2.3** Struktur organisasi *Brand Communication Department* PT Kompas Media Nusantara  
(sumber *Human Resource Department* PT Kompas Media Nusantara, 2021)

## 2.4 Ruang Lingkup Kerja Marketing Communication Conceptor

Sebagai *Marketing Communication Conceptor*, penulis memiliki tanggung jawab yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Mengikuti *meeting* yang berkaitan dengan divisi *Brand Communication* baik secara WFH maupun WFO.
- 2) Melakukan riset terkait acara yang mencakup latar belakang, konsep, narasumber, dan sebagainya.
- 3) Membuat konsep, *timeline*, *rundown*, TOR (*Terms of Reference*) acara.
- 4) Membuat *deck* dan mempresentasikan *deck* konsep acara.
- 5) Berkontribusi mengerjakan *report* acara.
- 6) Membuat PPT bukti tayang dan *report sponsorship*.
- 7) Membuat *list event*, *awarding*, film tahun 2022 untuk *planning* tahun 2022.
- 8) Membuat konsep iklan.