

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Harian Kompas didirikan atas inisiasi Menteri/Panglima Angkatan Darat Letjen Achmad Yani yang mengusulkan kepada Drs. Frans Seda, Ketua Partai Katolik agar partai tersebut memiliki sebuah media. Kemudian Frans Seda menghubungi dua rekan yang berpengalaman menangani media massa, yaitu Petrus Kanisius (PK) Ojong dan Jakob Oetama (“Kelahiran Menyimpan”, n.d., para. 2)

Gambar 2.1 Edisi perdana koran *Harian Kompas* yang terbit pada 28 Juni 1965



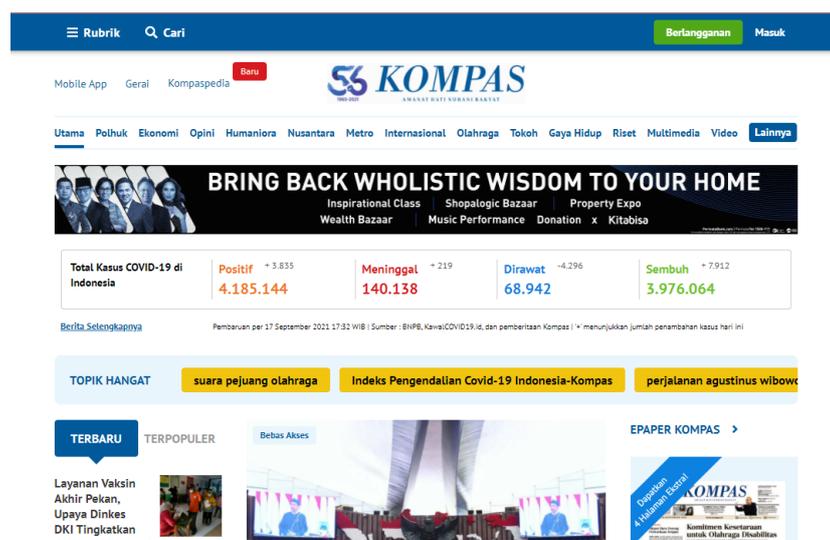
Sumber: Litbang Kompas

Harian Kompas terbit pertama kali pada 28 Juni 1965 dengan harga langganan Rp500,00 per bulan. Tentunya perjalanan *Harian Kompas* sebagai media informasi tidak serta merta berjalan mulus. Banyak tantangan dan hambatan yang harus dihadapi sehingga *Harian Kompas* menjadi media

yang terus dipercaya oleh masyarakat. Salah satu tantangan dan kejadian bersejarah yang pernah dialami oleh *Harian Kompas* adalah peristiwa pembredelan pada 20 Januari 1978.

Kemudian, seiring dengan berkembangnya teknologi dan kebutuhan akan informasi yang semakin besar, pada Juli 2008 *Harian Kompas* menghadirkan bentuk surat kabar dalam format *e-paper* yang merupakan replika digital dari bentuk cetak di internet. Hal tersebut menunjukkan bahwa ekosistem media massa di Indonesia mengalami banyak perubahan sejak kehadiran internet. Kemudian, pada 2 Februari 2017 *Harian Kompas* meluncurkan *website Kompas.id* sebagai salah satu bentuk inovasi digital dengan disertai ragam fitur-fitur menarik. Inovasi tidak berhenti hanya sampai pembuatan *website*, puncaknya pada 8 Maret 2018, *Harian Kompas* merilis aplikasi *Kompas.id* untuk *smartphone* yang dapat diunduh melalui *Android* dan *IOS* sebagai wujud kegigihan untuk terus melakukan inovasi. Tentunya inovasi ini dilakukan sebagai jawaban atas tantangan semakin berkembangnya teknologi dan semakin besarnya kebutuhan akan informasi dengan tetap menjaga nilai-nilai jurnalisisme yang dimiliki oleh *Harian Kompas*. Hingga saat ini, berdasarkan laman profil perusahaan di situs *Kompas.id*. Perusahaan media *Kompas.id* merupakan versi digital dari surat kabar *Harian Kompas* dan tergabung dalam Kompas Gramedia Group.

Gambar 2.2 Tampilan Website *Kompas.id*



Sumber: Dokumentasi Penulis (Website/Kompas.id)

Tentunya *Harian Kompas* dan *Kompas.id* bukan merupakan perusahaan media yang berbeda, *Kompas.id* merupakan strategi dan versi digital dari *Harian Kompas*. Konten *Kompas.id* dirancang lebih beragam dengan memanfaatkan teknologi untuk membuat konten multimedia dan interaktif dengan tetap menggunakan nilai-nilai jurnalisme. Namun, bukan berarti produk *Kompas.id* berbeda dengan koran *Harian Kompas*, karena berita-berita yang diterbitkan pada *Harian Kompas* tentunya juga menjadi bagian dalam *Kompas.id*. Selain itu, hingga saat ini strategi bisnis *Kompas.id* dirancang dengan konsep berlangganan atau dikenal dengan istilah digital *subscription*. *Kompas.id* menyediakan beberapa paket berlangganan sesuai keinginan dan kebutuhan pembacanya.

Harian Kompas dan *Kompas.id* mengusung *tagline* atau semboyan “Amanat Hati Nurani Rakyat”. Semboyan tersebut memberikan pengertian bahwa *Harian Kompas* dituntut untuk selalu berdiri di samping rakyat dan memiliki tujuan untuk mencerdaskan dan menyejahterakan rakyat dengan memberikan informasi yang berkualitas. *Kompas.id* tetap mempertahankan kualitas jurnalisme khas *Harian Kompas*, yaitu jurnalisme yang tidak cepat, tetapi memiliki informasi yang akurat dan penting untuk diketahui oleh publik, bukan sekedar informasi yang menarik. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Harian Kompas* dan *Kompas.id* memiliki idealisme tinggi terhadap kualitas jurnalisme. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya penghargaan yang telah diraih oleh *Harian Kompas* dan *Kompas.id*, salah satu penghargaan terakhir yang diraih adalah mendapatkan emas kategori Desain Halaman Depan Surat Kabar dalam ajang Asian Media Awards 2021.

Dalam laman *website Kompas.id*, terdapat berbagai macam rubrik, diantaranya adalah rubrik Politik dan Hukum, rubrik Ekonomi, Opini, Humaniora, Riset, Nusantara, Metropolitan dan Internasional, Tokoh, Olahraga, Gaya Hidup, Multimedia, Jelajah, Video, Fotografi, Muda, Hiburan, Sastra, Buku, Perjalanan, dan terakhir rubrik Di Balik Berita. Tentunya rubrik-rubrik tersebut dibuat dengan tujuan untuk menyediakan informasi yang berkualitas, baik dalam bentuk visual interaktif dan

multimedia maupun dalam bentuk tulisan *longform* yang disajikan semenarik mungkin.

2.1.2 Data Umum Perusahaan

Nama Media : *Kompas.id*

Alamat : Menara Kompas Lantai 5 Jalan Palmerah Selatan
26 - 28, DKI Jakarta, Indonesia, 10270

E-mail : hotline@kompas.id

Website : <https://www.kompas.id/>

Media Sosial : 1. *Instagram* : @hariankompas

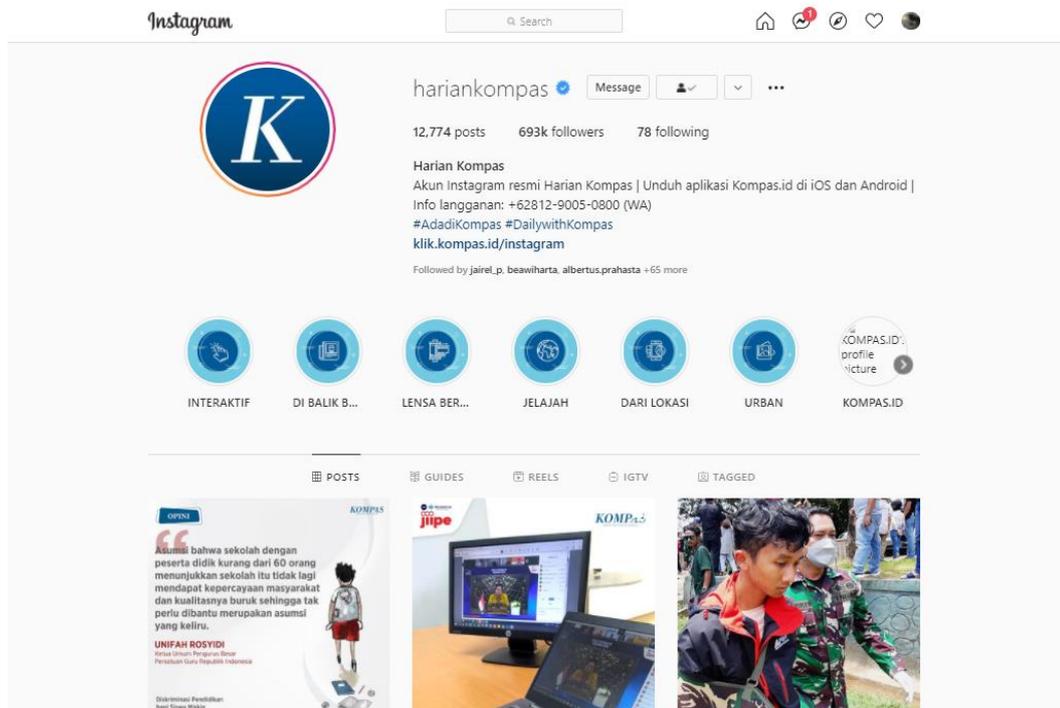
2. *Facebook* : @hariankompas

3. *Twitter* : @hariankompas

4. *LinkedIn* : *Harian Kompas*

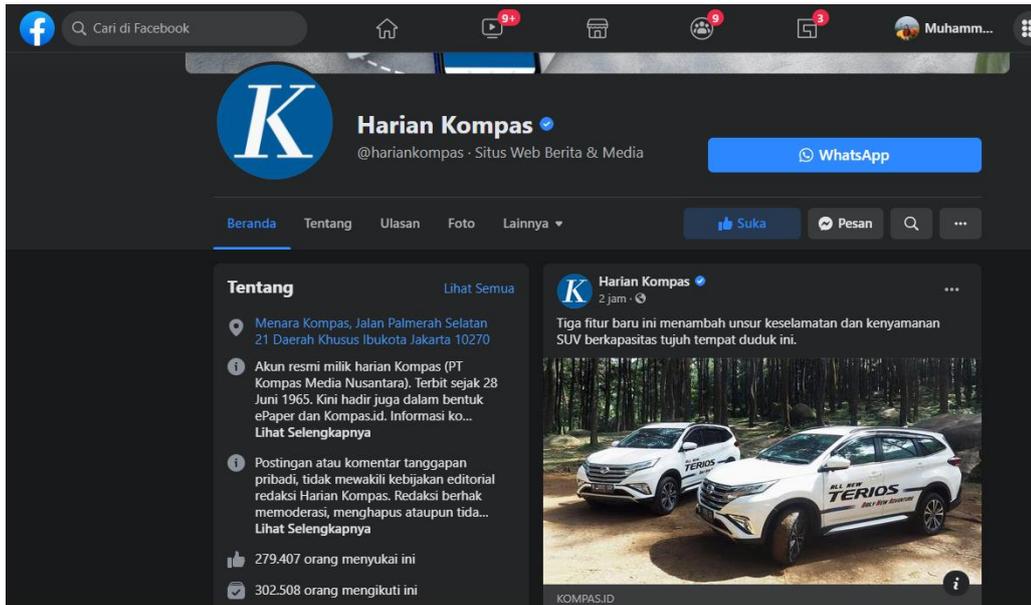
5. *YouTube* : *Harian Kompas*

Gambar 2.3 Tampilan Instagram *Harian Kompas*



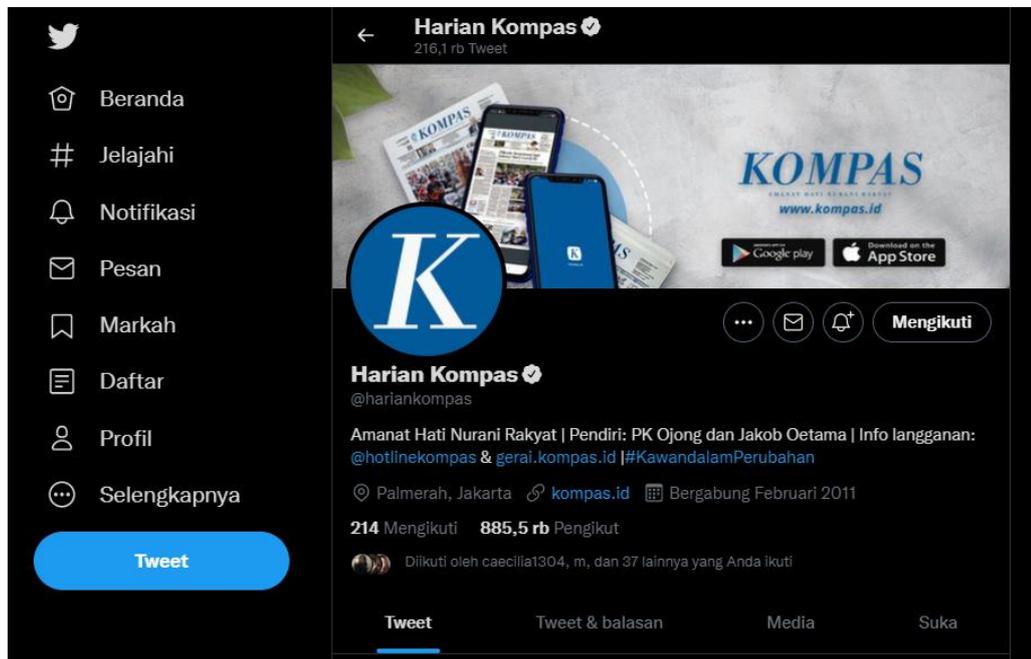
Sumber: Dokumentasi Penulis (Instagram/*Harian Kompas*)

Gambar 2.4 Tampilan Facebook *Harian Kompas*



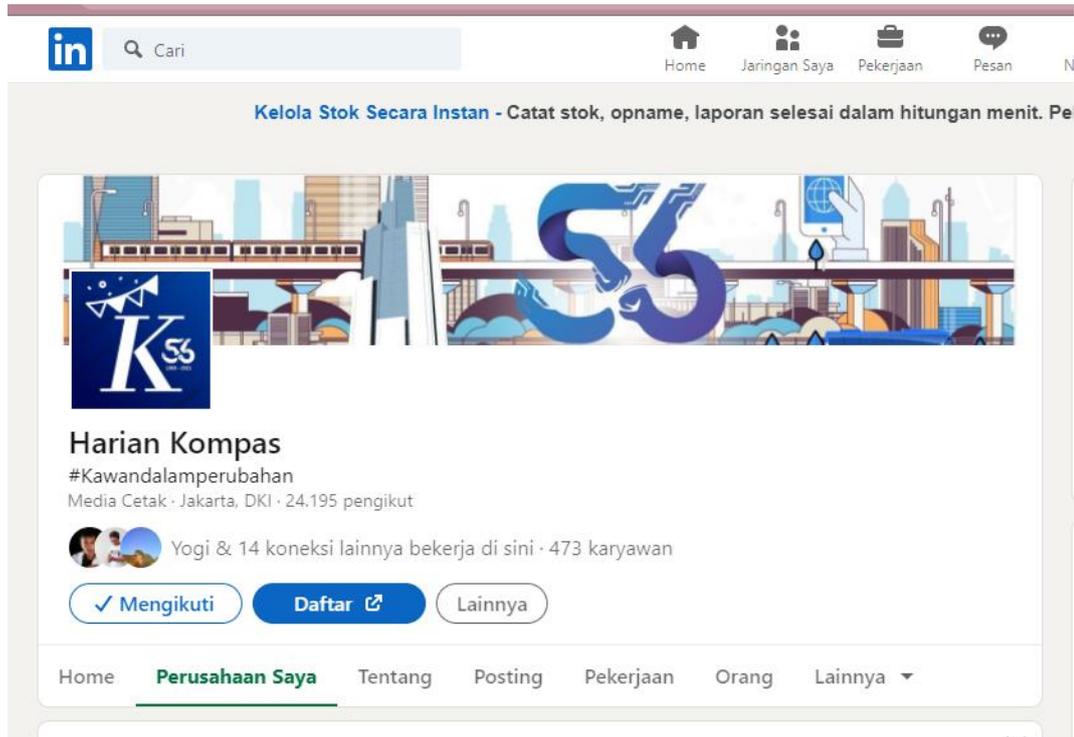
Sumber: Dokumentasi Penulis (Instagram/*Harian Kompas*)

Gambar 2.5 Tampilan Twitter *Harian Kompas*



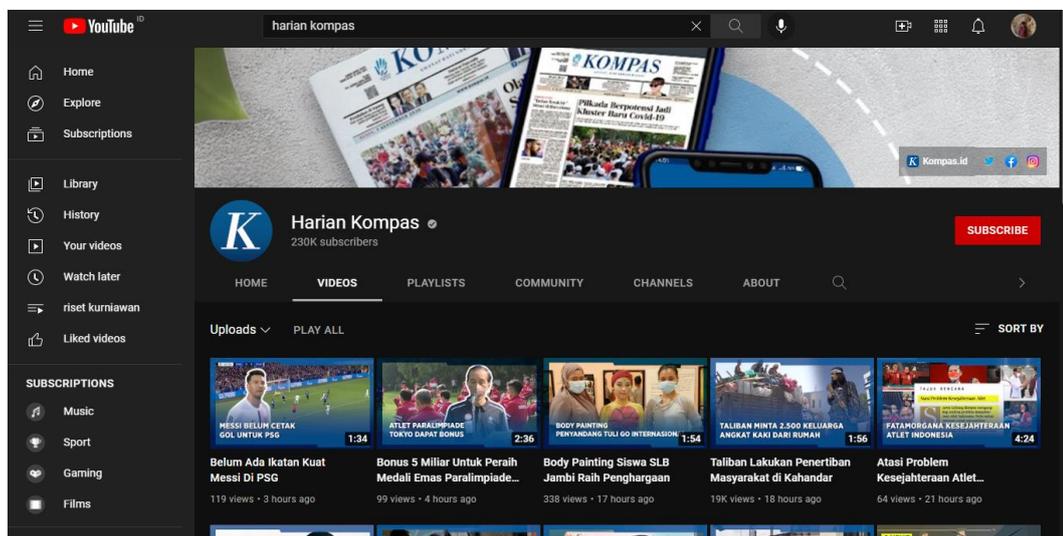
Sumber: Dokumentasi Penulis (Twitter/*Harian Kompas*)

Gambar 2.6 Tampilan LinkedIn *Harian Kompas*



Sumber: Dokumentasi Penulis (LinkedIn/*Harian Kompas*)

Gambar 2.7 Tampilan YouTube *Harian Kompas*



Sumber: Dokumentasi Penulis (YouTube/*Harian Kompas*)

2.1.3 Visi dan Misi Kompas.id

Harian Kompas memiliki visi untuk terus tumbuh melihat jauh ke depan. *Kompas.id* dibuat bukan untuk menggantikan surat kabar dan beralih

total ke digital, melainkan ingin membuat pilihan untuk para pembacanya. Selain itu *Kompas.id* dibuat untuk menyelamatkan semangat dan idealisme jurnalisisme yang dipegang teguh oleh *Harian Kompas* yaitu jurnalisisme yang tidak cepat, tetapi memiliki informasi yang akurat dan penting untuk diketahui oleh publik, bukan sekedar informasi yang menarik.. Sedangkan misi yang dipegang oleh *Harian Kompas* dan *Kompas.id* adalah untuk mencerdaskan para pembacanya dengan menyajikan informasi yang berkualitas.

2.1.4 Logo Perusahaan

Gambar 2.8 Logo *Harian Kompas*



Sumber: Kompas.id

2.1.5 Struktur Organisasi

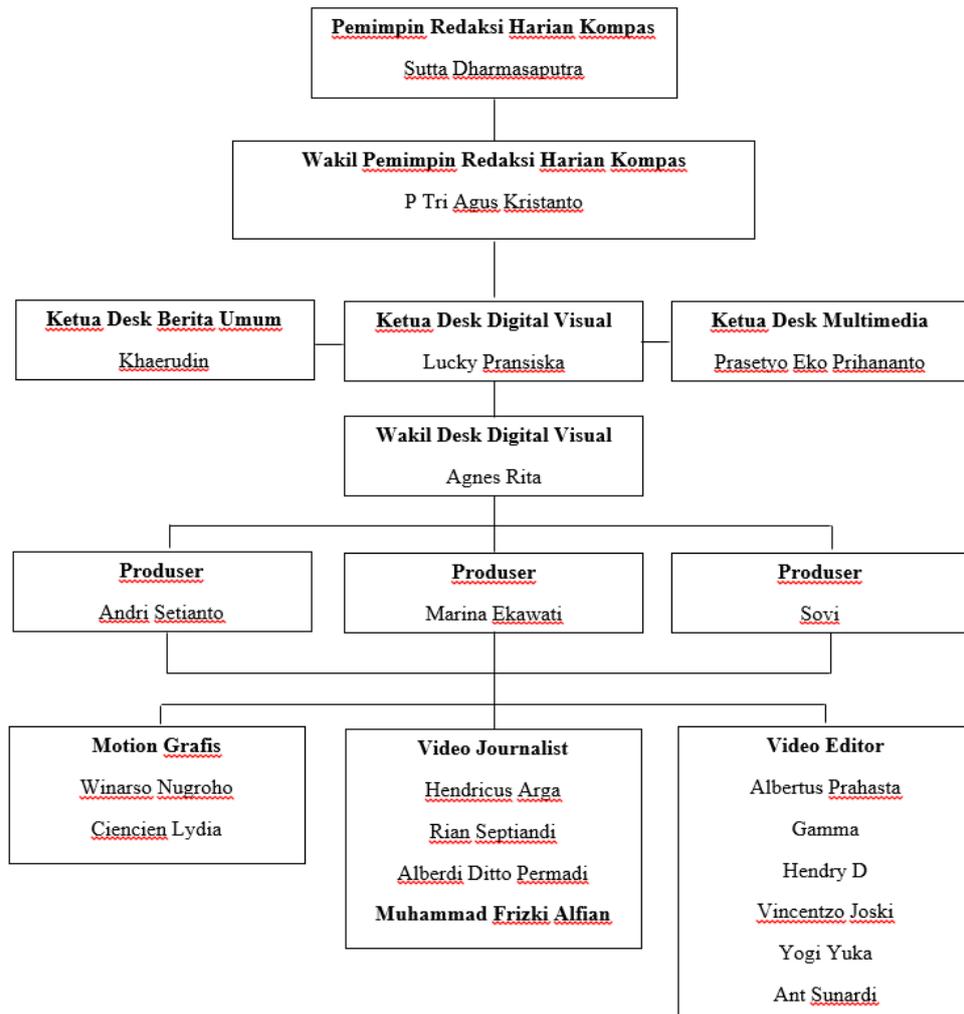
Berdasarkan informasi yang didapatkan penulis, berikut adalah struktur organisasi secara umum yang dimiliki oleh *Harian Kompas*.

Pendiri	: Jakob Oetama Petrus Kanisius Ojong
Pemimpin Umum	: Lilik Oetama
Wakil Pemimpin Umum	: Budiman Tanuredjo
Pemimpin Redaksi	: Sutta Dharmasaputra
Wakil Pemimpin Redaksi	: P Tri Agus Kristanto
Redaktur Senior	: Ninok Leksono Rikard Bagun Ninuk Mardiana Pambudy
Redaktur Pelaksana	: Adi Prinantyo

Wakil Redaktur : Marcellus Hernowo
Pelaksana Antonius Tomy Trinugroho
Haryo Damardono
Sekretaris Redaksi : Subur Tjahjono
Ilham Khoiri
General Manager : F Harianto Santoso
Litbang
General Manager : Budiman Tanuredjo
SDM-Umum

Sedangkan, di dalam lingkup divisi yang penulis tempati yaitu divisi redaksi - desk visual, terdapat beberapa posisi yang memiliki tugas dan tanggungjawab masing-masing. Berikut bagan terkait struktur kepengurusan di desk digital visual *Kompas.id*.

Gambar 2.9 Struktur organisasi desk visual *Kompas.id*



Sumber: Olahan Penulis 2021

2.2 Ruang Lingkup Kerja Tim Jurnalis Video

Sejak *Kompas.id* dirilis oleh *Harian Kompas* pada awal tahun 2017, hingga saat ini dalam divisi redaksi terdapat desk digital visual yang bertugas untuk membuat sajian konten-konten pemberitaan dalam bentuk multimedia yang lebih komprehensif dan variatif. Hal tersebut dilakukan untuk membuat *Kompas.id* terus berjalan karena kultur surat kabar cetak yang lamban dan tidak dapat diterapkan untuk konten di platform digital.

Secara umum, alur atau sistem kerja desk Digital Visual dalam *Kompas.id* diatur oleh 3 orang produser. Ketiga produser tersebut adalah Marina Ekatari, Sovi, dan Andri Setianto. Dalam setiap proses peliputan dan

pembuatan konten berita, desk visual selalu melakukan proses pembahasan terlebih dahulu dalam rapat redaksi. Rapat tersebut dilaksanakan setiap hari Kamis pukul 16.00 WIB. Selain itu, rapat tersebut juga bertujuan untuk melakukan evaluasi setiap konten-konten berita setiap minggunya.

Dalam pembuatan konten berita, terdapat beberapa *output* yang dihasilkan oleh divisi redaksi desk visual, diantaranya adalah *News Feature*, Video Berita, program, dan siaran langsung. *News feature* merupakan produk konten berita yang dibuat secara panjang berdurasi 7-10 menit dengan mengutamakan nilai-nilai *human interest*. Video berita merupakan produk konten berita harian yang bahan pemberitaan berasal dari tayangan Kompas TV untuk kemudian dilakukan editing ulang oleh editor di *Kompas.id*, tujuannya untuk memberikan fokus pada angle atau masalah tertentu. Selanjutnya, program merupakan produk liputan khusus yang dimiliki oleh *Kompas.id*. Terakhir, produk liputan langsung merupakan produk yang menayangkan beberapa siaran langsung terkait peristiwa-peristiwa tertentu.

Tentunya dalam pembuatan setiap *output* tersebut harus dibahas dalam rapat untuk menentukan siapa yang akan meliput atau bertugas baik dari jurnalis video, video editor, maupun motion grafis. Peliputan tersebut dilakukan oleh jurnalis video, proses editing dilakukan oleh editor, sedangkan untuk pembuatan elemen-elemen grafis lainnya dilakukan oleh motion grafis.

Penulis ditempatkan sebagai peserta magang yang bertugas sebagai jurnalis video untuk membuat konten-konten *news feature* dan program *talskhow* yang nantinya akan didistribusikan di *platform* YouTube ataupun *website Harian Kompas*.

Untuk tahap pembuatan *news feature*, penulis dan 3 orang jurnalis video lainnya diharuskan untuk mengumpulkan atau menyetorkan beberapa ide liputan ke produser terkait isu-isu tertentu yang berkaitan dengan kemanusiaan, lingkungan, dan kehidupan sosial. Setelah ide-ide tersebut diterima, para jurnalis video di *Kompas.id* diwajibkan untuk melakukan eksekusi seperti pembuatan naskah atau skrip dan terjun langsung ke

lapangan baik secara perseorangan ataupun bekerjasama antar sesama jurnalis video. Dalam pembuatan naskah atau skrip, para jurnalis video bekerjasama dengan penyelarasa bahasa untuk diperiksa penulisan dan tata bahasa yang telah dibuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Kompas.id* sangat berhati-hati dalam pembuatan konten berita. Setelah melalui proses liputan dan pembuatan naskah, proses pembuatan *voice over* (vo) juga harus dilaksanakan, *voice over* biasanya dilakukan oleh produser ataupun anggota divisi redaksi lainnya yang memiliki kemampuan berbicara yang baik. Setelah itu, masuk ke tahap proses editing yang dilakukan oleh video editor dan kemudian diserahkan ke pihak produser ataupun wakil kepala desk untuk melakukan proses *review* dan revisi.

Selanjutnya, untuk pembuatan program liputan khusus dan siaran langsung, penulis dan 3 orang jurnalis video lainnya bertugas secara bergantian, maksimal yang bertugas dalam pembuatan konten tersebut adalah 2 - 3 orang jurnalis video. Program liputan khusus yang terdapat di *Kompas.id* adalah program “Back To BDM” yang didalamnya terdapat *host* atau pembawa acara seorang wartawan senior *Harian Kompas* yaitu Budiman Tanuredjo. Sementara itu, untuk produk siaran langsung lebih membahas topik-topik yang ditentukan oleh kepala desk dan produser *Kompas.id*.

Secara umum, alur yang terjadi dalam pembuatan empat produk konten video tersebut ialah, melakukan pencarian ide dan pemberitaan topik yang nantinya akan dilaksanakan proses *pitching*, mengolah konten-konten yang telah dibuat, melakukan proses *review* atau pengecekan kualitas oleh produser, melaksanakan proses revisi bila diharuskan untuk melakukan revisi, dan dilaksanakan proses publikasi di *platform* media sosial dan *website* *Harian Kompas* melalui *apps.kmn.kompas.com*.