

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum Kompas.com

Kompas.com pertama kali hadir di Internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas Online, hal tersebut menjadikan Kompas Online salah satu pionir media *online* di Indonesia. Kompas Online atau KOL diakses dari alamat kompas.co.id awalnya hanya menampilkan salinan dari Berita Harian Kompas yang terbit hari itu.

Kompas Online hadir untuk melayani pembaca Kompas harian kami di tempat-tempat yang sulit dijangkau melalui jaringan penjualan Kompas. Kehadiran Kompas Online memungkinkan para pembaca harian Kompas, khususnya di Indonesia Timur dan luar negeri, dapat menikmati Kompas setiap hari di hari yang sama tanpa harus menunggu beberapa hari seperti biasanya. Pada awal tahun 1996 Kompas Online (kompas.co.id) resmi beralamat menjadi www.kompas.com. Pada tahun 1998, kompas.com akhirnya berkembang dan menjadi unit bisnis PT Kompas Cyber Media.

Pada 29 Mei 2008, portal berita ini berganti nama menjadi Kompas.com, mengacu pada merek Kompas, yang selalu dikenal menyediakan jurnalisme yang bermakna. Menambahkan saluran berita. *Rebranding* Kompas.com bertujuan untuk menegaskan bahwa portal berita ini ingin hadir sebagai referensi jurnalistik

yang baik di tengah arus informasi yang cepat dan terkadang tidak terverifikasi kebenarannya.

2.1.1 Identitas Kompas.com

Nama Perusahaan	PT Kompas Cyber Media
Bidang Usaha	Portal Berita <i>Online</i>
Alamat	Gedung Kompas Gramedia, Unit II Lt. 5 Jl. Palmerah Selatan No. 22 – 28 Jakarta 10270, Indonesia.
Nomor Telp.	+ 62- 21 5350377/5350388
Website	www.kompas.com
Tahun Didirikan	1995

Tabel 2.1 Profil Perusahaan PT Kompas Cyber Media

2.1.2 Profil Singkat Kompas.com

Kompas.com merupakan sebuah portal berita daring di Indonesia yang menjadi bagian dari Kompas Gramedia. Kompas.com berkembang dan menjadi unit bisnis tersendiri di bawah naungan PT Kompas Cyber Media. Kompas.com tidak hanya hadir sebagai portal berita daring, melainkan juga hadir di berbagai media sosial seperti, *youtube*, *twitter*, dan *instagram*. Hal tersebut dilakukan untuk mempermudah pembaca dalam menyerap berita dari berbagai macam *platform*.

Kompas.com menghadirkan beberapa kanal dalam portal beritanya, yaitu

1. *News* : *News* merupakan kanal berita yang berisi mengenai berita-berita ter update saat itu, contoh berita bencana, cuaca, fenomena tertentu.
2. *Tren* : *Tren* merupakan kanal berita yang berisi mengenai isu yang viral dan ramai dibicarakan oleh masyarakat.
3. *Health* : *Health* merupakan kanal berita yang berisi mengenai isu kesehatan, solusi, dan juga bagaimana pencegahan suatu penyakit hingga fakta menarik mengenai kesehatan.
4. *Food* : *Food* merupakan kanal berita yang berisi seputar makanan dan minuman, rekomendasi restaurant, resep masak, hingga fakta menarik mengenai makanan dan minuman.
5. *Edukasi* : *Edukasi* merupakan kanal berita yang berisi seputar sekolah, perguruan tinggi, beasiswa, dunia kuliah, hingga pendidikan khusus.
6. *Parapuan* : *Parapuan* merupakan kanal berita yang berisi seputar *love and life, Wellness, Fashion and Beauty*, dan *Lady Boss*.
7. *Money* : *Money* merupakan kanal berita yang berisi seputar perkembangan ekonomi, isu keuangan, *Entrepreneur*, Pajak, BUMN, hingga *Fintech*.
8. *UMKM* : *UMKM* merupakan kanal berita yang berisi mengenai UMKM mulai dari informasi training, program-program umkm, hingga jagoan local/ highlight pemilik UMKM.
9. *Tekno* : *Tekno* merupakan kanal berita yang berisi mengenai informasi seputar *Business, Internet, Apps* dan *OS*, hingga *Tech Innovation*.
10. *Lifestyle* : *Lifestyle* merupakan kanal berita yang berisi seputar tips and tricks, kehidupan sehari-hari.
11. *Homey* : *Homey* merupakan kanal berita yang berisi seputar interior rumah, DIY, *Housing, Décor*, hingga *Pets dan Garden*.
12. *Properti* : *Properti* merupakan kanal berita yang berisi seputar *property, arsitektur, tips*, hingga hunian.

13. Bola : Bola merupakan kanal berita yang berisi seputar olahraga, kompetisi olahraga nasional dan internasional, dan Liga dari berbagai Negara.

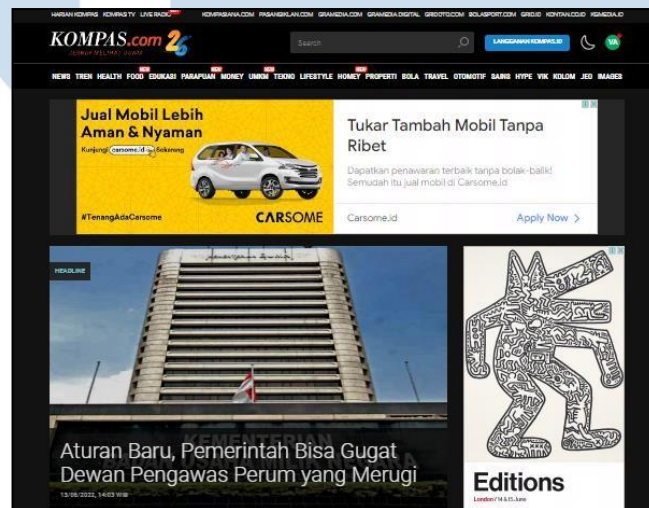
14. Travel : Travel merupakan kanal berita yang berisi seputar *Traveling*, *Travel tips*, *Ttravel promo*, *Itinerary*, dan *Travel update*.

15. Otomotif : Otomotif merupakan kanal berita yang berisi seputar Mobil, Motor, dan Niaga.

16. Sains : Sains merupakan kanal berita yang berisi seputar fakta menarik sains, penemuan sains, dan fenomena alam.

17. Hype : Hype merupakan kanal berita yang berisi seputar informasi selebriti, *entertainment*, musik, dan film.

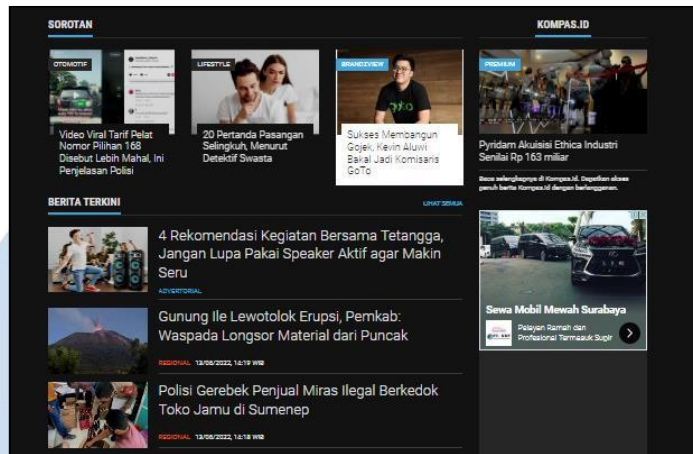
2.1.2.1 Situs Kompas.com



Gambar 2.1 Situs www.kompas.com

Sumber : www.kompas.com

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.2 Situs www.kompas.com

Sumber : www.kompas.com

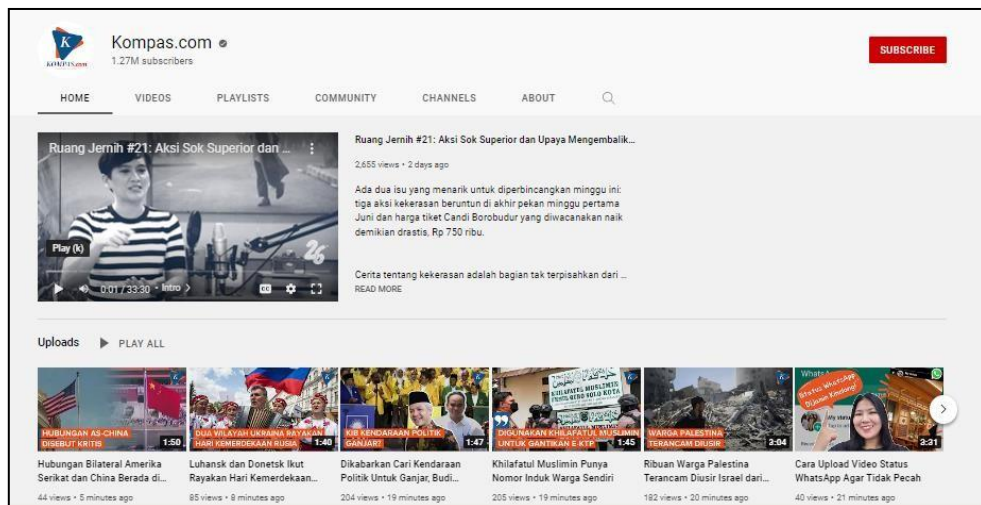
2.1.2.2 Media Sosial Kompas.com

Kompas.com memiliki beberapa platform media sosial yang digunakan untuk memberikan informasi dengan bentuk layanan yang berbeda, serta pengemasan conteng yang tentu berbeda. Kompas.com hadir pada media Twitter, Youtube, dan Instagram.



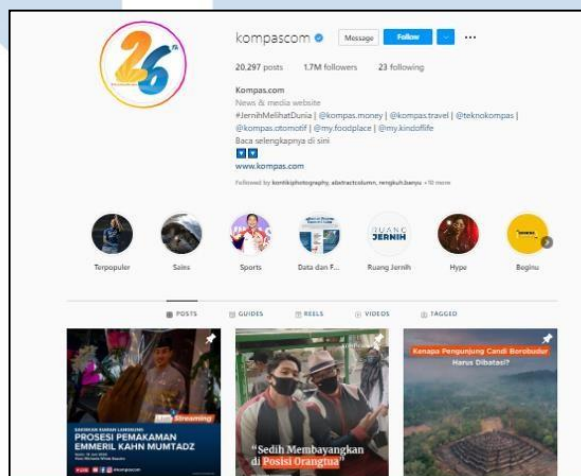
Gambar 2.3 Profil Twitter Kompas.com

Sumber : Twitter @Kompascom



Gambar 2.4 Youtube Kompas.com

Sumber : Youtube Kompas.com



Gambar 2.5 Profil Instagram Kompas.com









Sumber : Instagram @Kompas.com

2.1.3 Logo Perusahaan

Logo portal berita Kompas.com telah mengalami perubahan sebanyak tujuh kali. Diikuti dengan slogan logo yang juga mengalami perubahan sebanyak satu kali, yaitu

- Rayakan Perbedaan (2013-2017)

- Jernih Melihat Dunia (2017-sekarang)

Tahun	Logo
1995-1999	
1999-2000	
2000-2002	
2002-2006	
2006-2008	
2008-2013	
2013-2017	
2017-present	

Tabel 2.2 Perubahan Logo Kompas.com

Kompas.com memiliki jargon “Rayakan Perbedaan” pada tahun 2013-2017, slogan tersebut mewakili semangat dan menghargai perbedaan serta keberagaman dalam memenuhi kebutuhan berita bagi pembacanya.

Pada tahun 2017 Kompas.com menghadirkan jargon “Jernih Melihat Dunia” dengan tujuan memberikan pesan bahwa Kompas.com merupakan portal keterangan yg sanggup mengajak pembacanya mempunyai pandangan lebih jernih pada mencerna isi berita, menghargai perbedaan, dan menumbuhkan harapan.

2.1.4 Jasa Pelayanan

Kompas.com bergerak pada jasa pelayanan portal berita yang hadir untuk memberikan layanan seputar informasi secara daring yang dikemas melalui situs website www.kompas.com.

2.1.5 Visi dan Misi Kompas.com

2.15.1 Visi Kompas.com

Kompas.com membangun masyarakat Indonesia yang lebih rukun, toleran, aman dan sejahtera dengan menjaga Kompas sebagai pemimpin nasional melalui optimalisasi sumber daya dan sinergi dengan mitra strategis. Kami memiliki visi dan misi untuk menjadi agen perubahan dalam melakukannya.

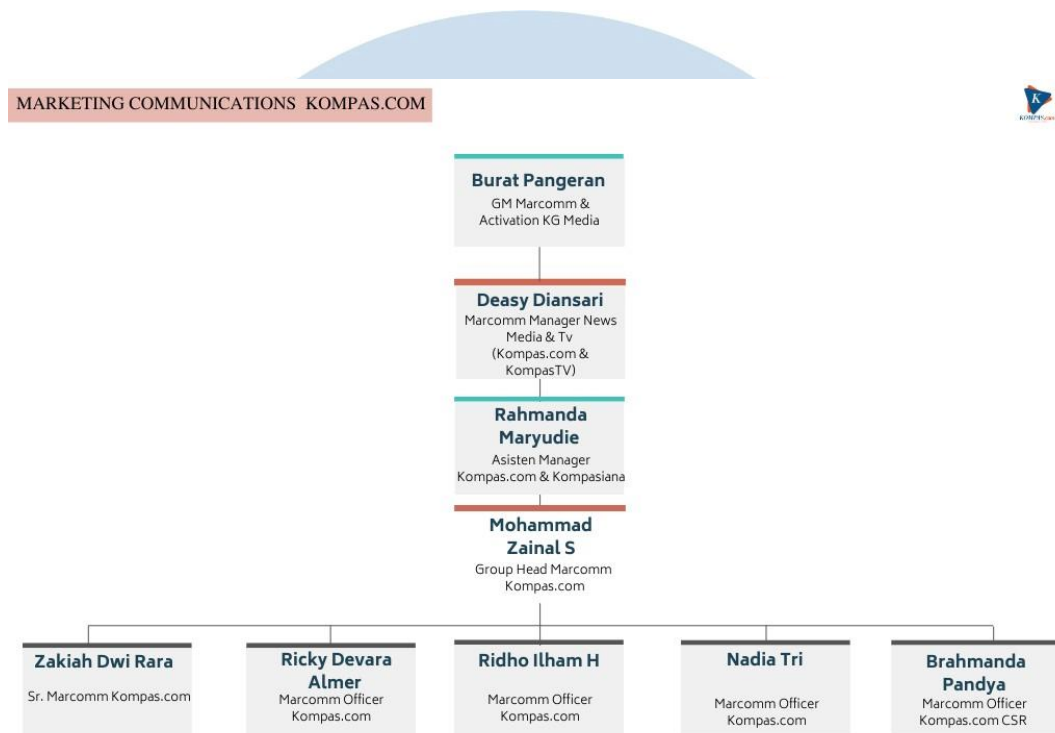
2.1.5.2 Misi Kompas.com

1. Mulailah langkah sebagai portal berita terpercaya di Indonesia.
2. Menciptakan pesan yang berani, kritis, dan ditulis dengan tajam.
3. Memprioritaskan elemen yang lebih kaya, lebih segar, lebih elegan, dan tentu saja penuh toleransi dan keragaman, hal ini menjadikan Kompas.com sebagai sumber informasi lengkap yang tidak hanya menampilkan berita dalam format teks, tetapi juga gambar, video, dan live streaming.
4. Menciptakan komunitas menulis dengan konsep jurnalisme warga Kompas.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.6 Struktur Organisasi



Gambar 2.6 Struktur Divisi Marketing Communications Kompas.com

Sumber : Mohammad Zainal S, Group Head Marcomm Kompas.com

Berdasarkan Struktur Organisasi pada divisi Marketing Communications di atas, divisi marcomm memiliki total sembilan anggota dalam satu divisi yang secara garis besar memiliki *job desc* yang sama namun memiliki fokus dan tanggung jawab yang berbeda, seperti berikut :

1. Burat Pangeran selaku GM Marcomm & Activation KG Media, memiliki peran sebagai penanggung jawab penuh terhadap aktivitas marketing communication pada Kompas.com yang termasuk dalam brand activation KG Media. Serta meningkatkan efisiensi operasional dan staf divisi marketing communications.
2. Deasy Diansari selaku Marcomm Manager News & Media (Kompas.com & Kompas TV), memiliki peran untuk membuat dan mengelola semua materi pemasaran sesuai dengan prinsip perusahaan. Menerapkan strategi komunikasi

pemasaran. Melacak efektivitas berbagai kampanye dan koreksi sesuai kebutuhan. Bekerja secara lintas dengan tim marketing communications dan tim yang berbeda.

3. Rahmanda Maryudie selaku Assistant Manager Marcomm Kompas.com & Kompasiana, mendukung bisnis Mobility dalam rencana pemasaran dengan mengembangkan komunikasi yang efektif dan terintegrasi dengan pesan yang jelas dan menarik yang dibangun berdasarkan nilai yang ada. Membantu aktivitas Marcomm Manager untuk melacak efektivitas berbagai kampanye yang dikembangkan oleh divisi *marketing communications*.

4. Mohammad Zainal S selaku *Group Head of Marketing Communications* berperan sebagai pemimping tim marketing communications, yang berhak untuk memberikan saran atas teknik marketing yang terbaik untuk platform Kompas.com dan kampanye media digital lainnya. Mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran Kompas.com. Selain itu *head of marketing communications* juga memiliki tanggung jawab untuk membuat dan memantau iklan di berbagai platform agar visi bisnis tetap selaras. Memantau tujuan tim dan pelaksanaannya dengan cermat, memastikan situs web, materi promosi, strategi kampanye pemasaran diperbarui secara berkala.

5. Zakiah Dwi Rara selaku Senior Marcomm Kompas.com berperan untuk mengembangkan dan memimpin kampanye komunikasi pemasaran strategis pada rancangan kampanye yang ditugaskan dari fase perencanaan strategis dengan pemangku kepentingan internal melalui eksekusi kreatif hingga pelaporan analitik akhir.

6. Ricky Devara, Ridho Ilham, Nadia Tri, dan Brahmanda Pandya selaku *Marcomm Officer* berperan untuk menjalankan dan menerapkan kampanye komunikasi pemasaran strategis yang telah di rancang oleh divisi *Marketing Communications*. Mengembangkan strategi proposal untuk mendukung permintaan klien, mengoptimalkan inventaris semua produk, mengembangkan laporan proyek. dan menciptakan inovasi produk.

2.2 Ruang Lingkup Kerja *Marketing Communications*

Divisi *Marketing Communication* merupakan bagian yang berperan penting untuk Kompas.com. departemen ini juga turut bekerja sama dengan departemen lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan hasil akhir yang maksimal dengan pesan yang sama. Berdasarkan *job description* pada tim marketing communication di atas, pekerja magang berperan dan bertanggung jawab atas beberapa hal, seperti berikut:

- Melakukan Riset dan *Brainstorming* berkaitan dengan competitor brand, untuk menemukan perbedaan dan keunikan setiap brand.
- Mempelajari dan memahami permasalahan target konsumen Kompas.com untuk menciptakan solusi yang inovatif dan kreatif.
- Menerapkan sebuah program dan campaign sebagai aktivitas pendukung Kompas.com.
- Mengikuti arahan dari *senior marketing communications* dan juga *marcomm officer* selama pelaksanaan kerja magang berlangsung.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA