

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kompas.com adalah satu pionir media *online* di Indonesia. Pertama kali hadir pada tanggal 14 September 1995 dengan nama Kompas Online. Pada awalnya Kompas Online atau disebut KOL hanya dapat diakses melalui alamat Kompas.co.id. Website KOL pada masa itu hanya menampilkan replika dari berita-berita harian Kompas yang terbit pada hari itu. Selanjutnya pada tahun 1996, alamat Kompas Online atau KOL berubah menjadi alamat www.kompas.com. Dengan alamat yang baru, Kompas Online menjadi semakin populer untuk para pembaca harian Kompas di luar negeri.

Melihat potensi dunia digital yang besar, pada tanggal 6 Agustus 1998. Kompas Online kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis yang independen di bawah naungan PT Kompas Cyber Media atau dapat disebut KCM. Pada era tersebut, para pengguna internet yang mengunjungi KCM tidak hanya mendapatkan replika berita dari harian Kompas, tetapi mendapatkan *update* atau perkembangan berita terbaru sepanjang hari.

KCM melakukan bedah diri, pada tanggal 29 Mei 2008. Portal berita perusahaan media tersebut melakukan *re-branding* dirinya menjadi Kompas.com, merujuk kembali pada brand Kompas yang selama ini dikenal selalu menghadirkan jurnalisme yang memberi makna. Kanal-kanal berita ditambah. Produktivitas sajian berita ditingkatkan demi memberikan sajian informasi yang *update* dan aktual kepada para pembaca. *Re-branding* Kompas.com ingin menegaskan bahwa portal berita ini ingin hadir di tengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisme yang baik di tengah derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Berdasarkan hasil analisis dari pengamatan yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa beberapa aspek dari perusahaan Kompas.com berdasarkan analisis *SWOT*, di antaranya adalah:

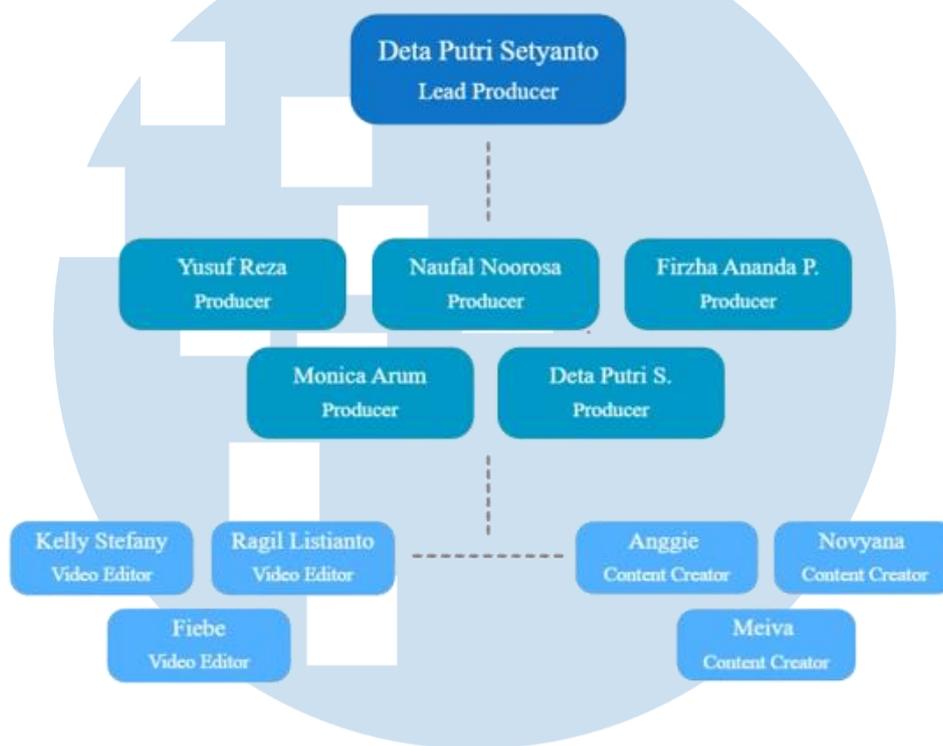
Tabel 2.1 *SWOT* Perusahaan Kompas.com

<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki SDM yang banyak dan berkualitas. 2. Menjadi salah satu pionir media <i>online</i> pertama di Indonesia. 3. Ikatan kerjasama <i>antarperusahaan</i> yang luas. 4. Memiliki kategori produk berita yang banyak.
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suatu halaman artikel terlalu banyak iklan. 2. Penempatan informasi iklan yang tidak nyaman dilihat. 3. Kurangnya <i>workshop</i> untuk <i>video editor</i> yang modern.
<i>Opportunity</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pengunjung setia yang besar jumlahnya. 2. Dapat menjadi wadah pemasaran atau periklanan. 3. Dapat memperluas sektor produk melalui media sosial.
<i>Threat</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat membentuk sudut pandang masyarakat terhadap suatu isu. 2. Terlalu repetitif membuat berita isu yang sedang hangat.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan Kompas.com (sumber: Dok. pribadi)

Struktur organisasi dalam perusahaan Kompas.com cabang daerah Solo dipimpin oleh Deta Putri Setyanto sebagai kepala produser atau *Lead Producer*. Tanggung jawab *Lead Producer* adalah memimpin para-*Producer*, *Content Creator*, dan *video editor*. *Lead Producer* secara tidak langsung memiliki tanggung jawab seperti *Producer*, tanggung jawab *Producer* adalah memimpin para-*Content Creator* dan *video editor*. Terdapat lima Produser yang terdapat di dalam perusahaan Kompas.com cabang daerah Solo, yaitu Yusuf Reza, Naufal Noorosa, Firzha Arum, dan Deta Putri Setyanto

Content Creator sejajar dengan jabatan *video editor*, *Content Creator* atau biasa disebut CC memiliki tugas membuat suatu berita menjadi materi untuk diberikan kepada *video editor*. *Content Creator* terdiri dari Anggie, Novyana, dan Meiva. Selain itu *video editor* terdiri dari Kelly Stefany, Ragil Listianto, dan Fiebe.