

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Profil PT Gramedia (Gramedia Printing)

Gramedia Printing merupakan salah satu bisnis unit Kompas Gramedia yang bergerak di bidang layanan jasa cetak koran, tabloid, buku, majalah, dan material promosi lainnya (Kompas Gramedia, 2021). Gramedia Printing menjadi percetakan dengan jaringan terluas dan terbesar di Indonesia yang senantiasa berkomitmen untuk memuaskan pelanggan dengan selalu memberikan produk dan layanan berkualitas.



Gambar 2.1 (a) Sertifikat ISO 9001, (b) Sertifikat ISO 14001, (c) Sertifikat ISO 45001

Sumber: Arsip Perusahaan (2015)

Komitmen Gramedia Printing terhadap kualitas yang selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan dari dalam negeri maupun luar negeri dibuktikan dengan diperolehnya sertifikat ISO 9001:2015. Gramedia Printing juga memiliki komitmen terhadap pelestarian lingkungan sekitarnya dengan berupaya menangani limbah produksi, serta melakukan langkah-langkah untuk mengoptimalkan penggunaan kertas dan tinta ramah lingkungan yang dibuktikan dengan diperolehnya sertifikat ISO 14001:2015. Dalam upaya bertanggung jawab terhadap keselamatan karyawan, Gramedia Printing telah menerapkan aturan yang mengharuskan penggunaan perlengkapan keselamatan

oleh seluruh karyawan saat bekerja yang dibuktikan dengan diperolehnya sertifikat ISO 45001:2018. Sertifikasi ISO merupakan bukti suatu perusahaan sudah memenuhi standar yang ditetapkan dalam manajemen ISO. Sertifikasi ini memberikan kredibilitas bagi perusahaan serta meningkatkan kepercayaan konsumen akan mutu dan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan (Certification, n.d.).

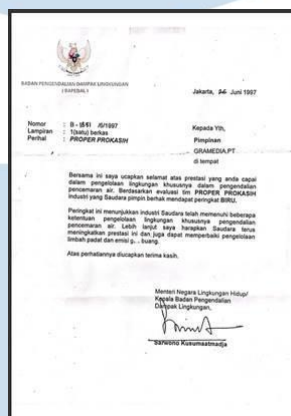
Dikutip dari kompas.com (2016), Gramedia Printing telah mencetak lebih dari 150.000 buku teks kurikulum 2013 edisi revisi yang didistribusikan ke sekolah-sekolah di Indonesia. Gramedia Printing memimpin dalam produksi dan distribusi karena sumber daya yang memadai seperti lokasi produksi yang tersebar dan jaringan distribusi yang luas. Gramedia Printing berkomitmen untuk mendukung pemerintah dengan mencetak buku pelajaran berkualitas untuk mencerdaskan bangsa, dan selalu memberikan layanan terpadu bagi kebutuhan cetak pelanggan dari waktu ke waktu.

Selain itu, Gramedia Printing telah menghasilkan buku-buku Islami selama satu dekade terakhir dengan kualitas baik untuk pencetakan Quran. Gramedia Printing tidak hanya melayani penerbit terkemuka di Indonesia, tetapi juga telah mencetak Al Quran dari penerbit luar negeri yakni di Asia dan Afrika. Gramedia Printing serius dalam penanganan pencetakan Al Quran yakni dengan menyediakan fasilitas pemeriksaan teks Quran oleh hafiz yang berpengalaman, mesin cetak berkecepatan tinggi, dan proses pembuatan *hardcover* otomatis dengan lebih dari satu juta buku yang diproduksi per tahun. Gramedia Printing juga mampu menyediakan berbagai jenis *cover*, termasuk *cover* berbahan kain, plastik, dan kulit. Gramedia Printing tidak hanya berkomitmen untuk menghasilkan buku berkualitas tinggi, tetapi juga untuk melakukan proses produksi dan menangani *waste* produksi dengan perlakuan yang sesuai dengan kaidah Islam (N.A, 2015).

Kemudian, Gramedia Printing dipercaya oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) melalui Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Badan Bahasa) untuk mencetak 4.038.946 buku SD serta 46.640 untuk buku PAUD ke daerah tertinggal, terdepan,

terluar (3T) regional satu untuk wilayah Sumatera. Gramedia Printing dipilih pemerintah karena memiliki rekam jejak dalam mencetak buku dengan kualitas terbaik. Kualitas inilah yang menjadi faktor utama yang dicari oleh pemerintah agar buku dapat sampai ke tangan para pembacanya dengan hasil yang memuaskan (Hutagaol, 2022).

Sedangkan dari sisi lingkungan, Gramedia Printing tidak membuang sisa dari proses pencetakan begitu saja. Bahan sisa dipisahkan dan dijaga agar tidak tercecer. Bahan sisa berbentuk plat dihancurkan hingga tidak bisa digunakan lagi, sementara bahan sisa kertas dikumpulkan dan diawasi pengirimannya hingga tiba di pabrik daur ulang. Semua proses produksi yang sangat terstruktur ini merupakan bagian dari visi Gramedia Printing untuk menjadi salah satu percetakan terbaik di Asia Tenggara. Direktur Percetakan Gramedia Printing, Hari Susanto menyatakan bahwa Gramedia Printing akan terus meningkatkan kemampuan SDM, menggunakan teknologi cetak tinggi, dan menerapkan standar ISO. Dengan proses produksi yang terorganisir sedemikian rupa, Gramedia Printing dapat menjamin kualitas produksinya (Gramedia Printing, 2023).



Gambar 2.2 Surat Peringkat BIRU

Sumber: Arsip Perusahaan (1997)

PT Gramedia menyadari bahwa arti dan peran lingkungan hidup tidak boleh diabaikan dalam menjaga kelangsungan hidup umat manusia sekarang maupun di masa mendatang. Komitmen ini akan selalu dijadikan panutan dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Dalam proses produksi di kompleks Palmerah Selatan, percetakan Gramedia merupakan satu-satunya unit kerja yang menghasilkan limbah, baik berupa limbah padat maupun limbah cair. Upaya

pengelolaan limbah cair seperti oli dan tinta sudah dilakukan oleh percetakan Gramedia dengan membangun instalasi khusus pengelolaan limbah cair yang diberi nama IPAL (Instalasi Pengolah Air Limbah) disertai langkah pengoptimalan penggunaan kertas dan tinta ramah lingkungan yang telah teruji tingkat keamanannya berdasarkan hasil test dari laboratorium independen yang tersertifikasi.

Khusus untuk limbah cair Gramedia Printing, tiap hari berkisar 14-30 m', telah disediakan dengan kapasitas 35 m' per hari. Berdasarkan penilaian Tim Proper Prokasih pada tahun 1996 percetakan Gramedia mendapat peringkat kinerja BIRU. Peringkat biru ini diberikan kepada perusahaan/kegiatan usaha yang telah mendapatkan hasil yang sesuai dengan persyaratan minimum sebagaimana diatur dalam peraturan perundangan yang berlaku (Kriteria Proper, 2019).



Gambar 2.3 Lokasi Gramedia Printing (Jakarta)

Sumber: gramediaprinting.com (2016)

Cikal bakal berdirinya Gramedia Printing sendiri diawali dengan diterbitkannya sebuah koran baru bernama Kompas oleh pendiri Kompas Gramedia, yakni PK Ojong dan Jakob Oetama. Pada saat akan diterbitkan, penerbit Kompas belum mempunyai modal untuk membeli percetakan sendiri sehingga harus menggunakan percetakan lain yang peralatannya masih sederhana. Dengan berhasilnya Kompas menjalankan jurnalisme profesional dan memperoleh simpati pembaca, menyebabkan orderan terus membeludak dan sering mengalami keterlambatan terbit (Mengembangkan Indonesia Kecil, 2013).

Kondisi demikian membuat pimpinan Kompas terpaksa memutuskan membuat percetakan sendiri untuk mendukung tumbuhnya Kompas. Maka, didirikanlah Gramedia Printing pada 12 Maret 1972. Kemudian, di 25 November 1972, Ali Sadikin Gubernur DKI Jakarta saat itu meresmikan Gramedia Printing yang beralamat di Jalan Palmerah Selatan 28 Jakarta. Tanggal tersebut kemudian dirayakan sebagai hari kelahiran Gramedia Printing (Mengembangkan Indonesia Kecil, 2013).



Gambar 2.4 Surat Kabar Wall Street Journal

Sumber: kompas.com (2021)

Seiring dengan tuntutan penerbit dan perkembangan teknologi, mulai tahun 1997 Gramedia Printing menyelenggarakan teknologi cetak jarak jauh. Hingga saat ini teknologi tersebut sudah digunakan untuk pencetakan di Semarang, Banjarmasin, Surabaya dan Medan. Dengan begitu, Gramedia Printing menjadi perusahaan percetakan pertama yang mampu mencetak koran dan tabloid nasional di beberapa kota secara serentak di seluruh Indonesia. Gramedia Printing juga berhasil melayani pencetakan surat kabar luar negeri. Mulai tahun 1998 terdapat dua surat kabar luar negeri yang dicetak di Gramedia Printing untuk distribusi di Indonesia, yaitu *The Asian Wall Street Journal* dan *The International Herald Tribune*.

Berkembangnya teknologi sistem komunikasi turut mempengaruhi pula perkembangan industri yang ada. Hal ini terlihat pada perkembangan Gramedia Printing yang telah tumbuh memiliki cabang perusahaan di beberapa daerah. Salah satu penemuan teknologi komunikasi yang cukup penting adalah dengan diciptakannya “Sistem Cetak Jarak Jauh”, sebuah terobosan baru dan sekaligus sebagai salah satu upaya untuk peningkatan kualitas dari jasa layanan percetakan

yang telah meraih sertifikat ISO yang pada saat ini digunakan di beberapa anak perusahaan dari kelompok percetakan Gramedia yang berdiri pada tahun 1977 (Komunikasi Pribadi, 2023), yaitu PT Bawen Mediatama (Semarang), PT Mitra Edukasi Nusantara (Semarang), PT Antar Surya Jaya (Surabaya) dan PT Medan Media Grafikatama (Medan).

2.2 Visi Misi PT Gramedia (Gramedia Printing)

Gramedia Printing merupakan salah satu percetakan terkemuka di Indonesia yang memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menjadi perusahaan percetakan terdepan dengan keunggulan dalam penguasaan teknologi, kualitas hasil cetakan, dan layanan.

MISI

Menjalankan usaha percetakan untuk dapat ikut serta mencerahkan dan memajukan kehidupan bangsa melalui layanan yang memuaskan pelanggan dengan bekerja tuntas, perbaikan terus menerus, penuh tanggung jawab dan jujur. Sebagai perusahaan yang berorientasi pada layanan yang memuaskan pelanggan maka peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan pengembangan tim kerja yang tangguh menjadi perhatian utama perusahaan.

2.3 Logo Gramedia Printing



Gambar 2.5 Logo Gramedia Printing

Sumber: gramediaprinting.com (2013)

Logo Gramedia Printing di atas memiliki makna, sebagai berikut:

1. Inisial GM merupakan kependekan dari kata Gramedia.
2. GM warna merah merupakan gambaran semangat kerja optimal dalam produktivitas.

3. Lingkaran di tengah adalah silinder penekan, sebagai penunjang terjadinya proses cetak.
4. Garis ganda horisontal bersinggungan dengan silinder penekan sebagai kertas (media cetak).
5. Delapan buah lingkaran bersinggungan dengan silinder penekan adalah silinder plate dan silinder blanket yang merupakan komponen cetak.
6. Empat warna *Cyan, Magenta, Yellow, Black* tinta cetak yang digunakan dalam proses cetak.
7. Bingkai luar sebagai pemersatu seluruh proses percetakan.

2.4 Komitmen Gramedia Printing

Gramedia Printing memiliki komitmen yang kuat untuk memuaskan pelanggannya dengan selalu memberikan layanan terbaik. Adapun komitmen tersebut, diantaranya:

1. Komitmen Terhadap Kualitas

Kebutuhan pelanggan adalah orientasi utama setiap langkah usaha Gramedia Printing. Tidak hanya pelanggan dalam negeri, tetapi juga pelanggan-pelanggan dari luar negeri. Hal inilah yang menuntun langkah usaha strategis Gramedia Printing memperoleh sertifikat ISO 9001.

2. Komitmen Terhadap Lingkungan

Gramedia Printing memiliki komitmen yang kuat terhadap pelestarian lingkungan hidup di sekitar tempat usaha. Melalui kebijakan Green Manajemen yang diterapkan secara konsisten, Gramedia Printing melakukan upaya-upaya penanganan limbah produksi secara aman dan sistematis. Disertai langkah pengoptimalan penggunaan kertas dan tinta ramah lingkungan yang telah teruji tingkat keamanannya berdasarkan hasil test dari laboratorium independen yang tersertifikasi.

3. Komitmen Terhadap Keselamatan Kerja

Keberadaan karyawan yang menggerakkan roda usaha pun tidak lepas dari perhatian Gramedia Printing. Sehingga sebagai wujud nyata tanggung jawab terhadap keselamatan kerja para karyawannya, Gramedia Printing

menerapkan peraturan yang mewajibkan seluruh karyawannya untuk menggunakan segala bentuk alat keselamatan selama bekerja.

2.5 Lokasi dan Kontak Perusahaan

Gramedia Printing terletak di Kawasan Kompas Gramedia, dengan Alamat lengkap Jl. Palmerah Selatan No 22-28, Jakarta 10270. Berikut terdapat informasi berupa kontak perusahaan yang dapat dihubungi :

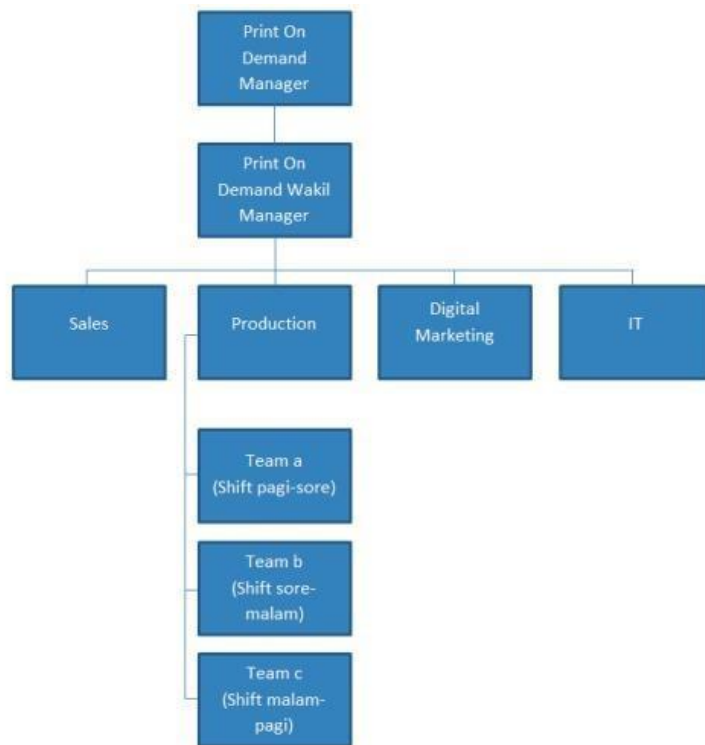
- Phone : +62 21 548 3008, +62 21 548 0888
- Email : marketing@gramediaprinting.com
- Website : gramediaprinting.com
- Official Instagram : @gramedia_printing

2.6 Struktur Organisasi Gramedia Printing

2.6.1 Struktur Divisi

Gramedia Printing merupakan perusahaan cetak yang terus menghadirkan berbagai produk cetakan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Gramedia Printing didukung oleh karyawannya memiliki struktur organisasi sebagai berikut.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.6 Struktur Organisasi

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Struktur organisasi *Print on Demand* terdapat 4 divisi, yaitu divisi produksi, divisi *sales*, divisi *digital marketing*, dan divisi IT. Berikut adalah penjabaran dari setiap divisi pada bagan di atas:

- **Divisi Produksi**

Divisi ini bertanggung jawab atas proses produksi dari *Print on Demand*. Tim produksi ini akan mengelola dan mengawasi seluruh tahapan produksi, mulai dari penerimaan pesanan, pemrosesan cetak, hingga pengiriman produk kepada pelanggan. Mereka memastikan bahwa standar kualitas dipertahankan dan tenggat waktu dipenuhi.
- **Divisi Sales**

Divisi ini berfokus pada upaya penjualan produk *Print on Demand*. Mereka akan mengembangkan strategi penjualan, menangani komunikasi dengan pelanggan potensial, mengelola pesanan, dan menjaga hubungan baik dengan klien saat ini serta mencari peluang baru untuk meningkatkan penjualan.

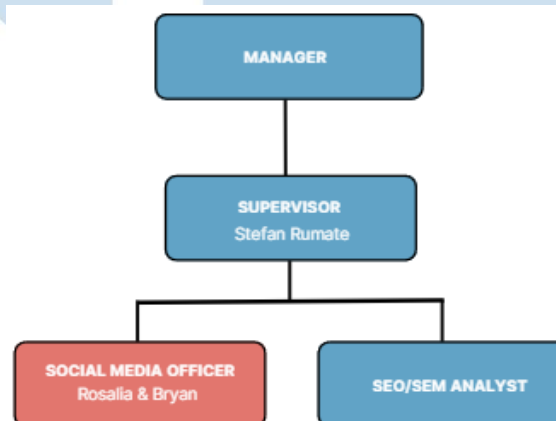
- **Divisi Digital Marketing**

Divisi ini memiliki peran penting dalam mempromosikan layanan *Print on Demand* secara *online*. Mereka akan merancang dan melaksanakan strategi pemasaran digital, termasuk pengelolaan media sosial, kampanye iklan online, SEO, dan konten digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan baru.

- **Divisi IT**

Divisi IT bertanggung jawab atas infrastruktur teknologi dan sistem yang mendukung operasional *Print on Demand*. Mereka akan mengelola dan memelihara perangkat keras, perangkat lunak, serta memastikan keamanan dan kelancaran operasional sistem IT yang digunakan dalam proses produksi, penjualan, dan pemasaran.

2.6.2 Ruang Lingkup Departemen *Digital Marketing*



Gambar 2.7 Struktur Departemen *Digital Marketing*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Berdasarkan bagan di atas, bagian *Social Media Officer* termasuk dalam naungan *Digital Marketing*, sehingga apapun terkait media sosial perusahaan harus meminta *approval* terhadap *Supervisor*. Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis dibimbing langsung oleh Stefan Rimate selaku *Supervisor* sekaligus Mentor penulis di Gramedia Printing. Pada ruang lingkup *department* yang saling berhubungan memiliki tujuan yang sama, yaitu merencanakan aktivitas promosi untuk meningkatkan penjualan. Namun, penulis lebih banyak

melakukan pengelolaan akun Instagram dan merancang aktivitas promosinya dalam bentuk konten serta *copywriting* di media sosial. Sebagai pengelola serta pengembangan media sosial perusahaan, penulis juga berhubungan dengan pihak *sales*. Sehingga ketika merancang sebuah konten tentang penjualan atau membahas yang bersangkutan dengan produk, materi yang terkait pada konten juga harus mendapatkan *approval* dari *Supervisor*.

2.6.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Sebagai bagian dari *Digital Marketing*, yaitu *Social Media Officer* memiliki *jobdesc* sebagai berikut :

1. Mengisi *content plan* setiap bulannya dengan konten yang akan diangkat berkaitan dengan layanan percetakan.
2. Mencari tahu *update* mengenai tren serta konten tentang percetakan di media sosial.
3. Membuat konten untuk Instagram Story berupa konten
4. interaktif seperti “Quiz”
5. Mencari materi konten untuk Instagram Feeds
6. Membuat konten materi serta desain untuk Instagram Feeds
7. Mencari ide konten untuk TikTok dan Reels
8. Membuat *script* dan *storyboard* dari ide konten yang akan direalisasikan
9. Membuat *copywriting* untuk *caption*
10. *Monitoring* media *online* yang berkaitan dengan perusahaan serta para kompetitornya

Setelah memenuhi *jobdesc* tersebut, tugas yang dibuat akan diserahkan kepada mentor atau supervisor untuk mendapatkan persetujuan atau revisi.

2.6.4 Deskripsi Pekerjaan

Terdapat beberapa aktivitas dan agenda kerja yang dilaksanakan oleh pemegang dengan deskripsi pekerjaan sebagai berikut:

1. Menyusun *Content Plan* Media Sosial

Membuat *content plan* pada media sosial, seperti Instagram dan TikTok . Adapun komponen dalam *content plan* yang disusun mencakup tanggal dan jam perilisian konten.

2. Menyusun *Content Brief* Media Sosial

Membuat *content brief* yang berisikan konsep dan penjelasan konten yang akan diproduksi pada berbagai *platform* media sosial, baik keperluan konten visual, audio, maupun audio visual.

3. Menjadi *Talent*

Pada tahap produksi beberapa konten, diperlukan *talent* sebagai salah satu elemen visual agar pesan dalam konten dapat tersampaikan secara baik. Pemegang sering kali bertindak sebagai *talent* dalam proses produksi konten.

4. Mengelola Media Sosial Instagram dan TikTok

Pada media sosial Instagram, pemegang bertanggung jawab terhadap pengunggahan konten pada hari yang telah ditentukan, baik unggahan reguler maupun dokumentasi acara, serta melakukan interaksi dengan para audiens. Sedangkan pada *platform* TikTok, konten pada *platform* Instagram diunggah secara *mirroring* dan memastikan video menggunakan kata kunci yang tepat.

5. Melakukan pengoptimalan *Search Engine Optimization* (SEO) pada *platform* Instagram

Proses pengoptimalan yang dilakukan oleh pemegang meliputi riset kata kunci, melakukan riset terhadap kompetitor, dan memasukan hasil riset kata kunci pada konten yang akan diunggah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan konten di *platform* media sosial perusahaan.