



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari website resmi milik Kompas Gramedia, yaitu *kompasgramedia.com*, Kompas Gramedia memiliki sejarah yang cukup panjang sebagai sebuah perusahaan besar yang sudah berdiri sejak tahun 1963. Berawal dari cita-cita mulia Kompas Gramedia, yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa sesuai dengan Pembukaan Undang-undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945, Kompas Gramedia telah melalui tahun-tahun berat perjuangan mendirikan salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia.

Sejarah awal Kompas Gramedia dimulai pada tanggal 17 Agustus 1963 saat majalah bulanan *Intisari* pertama kali diterbitkan oleh P. K. Ojong dan Jakob Oetama, bersama J. Adisubrata dan Irawati S. H. Majalah bulanan ini diterbitkan demi memberi bacaan bermutu dan membuka cakrawala masyarakat Indonesia pada kala itu. Pada saat itu, *Intisari* terbit dengan tampilan hitam putih, tanpa sampul, berukuran 14 x 17,5 cm, dan tebal 128 halaman. Terbitnya *Intisari* mendapat sambutan baik dari masyarakat dan akhirnya beroplah 11.000 eksemplar.

Hampir 3 tahun kemudian, tepatnya pada 28 Juni 1965, surat kabar *Kompas* akhirnya diterbitkan dengan tujuan untuk melawan pers komunis. Nama “kompas” sendiri merupakan pemberian langsung dari presiden RI kala itu, Ir. Soekarno, yang memiliki arti penunjuk arah. *Kompas* awalnya terbit sebagai surat kabar mingguan dengan 8 halaman. Lalu berubah terbit 4 kali seminggu dan kemudian dalam waktu 2 tahun telah berkembang menjadi surat kabar harian nasional dengan oplah 30.650 eksemplar karena tingginya permintaan pasar.

Tidak hanya puas dengan majalah dan koran, Kompas Gramedia akhirnya melebarkan sayapnya ke ranah percetakan pada tahun 1971 setelah sebelumnya dibangun Toko Buku Gramedia pertama pada 2 Februari 1970 di Jl. Gajah Mada. Setelah itu, Percetakan Gramedia melahirkan inovasi-inovasi baru seperti sistem

cetak jarak jauh (*remote printing*) sebagai terobosan teknologi untuk mempercepat distribusi harian *Kompas* di daerah. Selain berfokus pada media cetak dan percetakan, Kompas Gramedia juga memberikan layanan informasi bagi masyarakat melalui media elektronik, yaitu *Radio Sonora FM* yang berdiri hampir bersamaan dengan mulai beroperasinya Percetakan Gramedia. Kemudian berdirilah Gramedia Pustaka Utama yang merupakan perusahaan penerbitan milik Kompas Gramedia pada tahun 1974.

Berbagai macam produk dan anak perusahaan kemudian dihasilkan oleh Kompas Gramedia, seperti majalah *Bobo* untuk anak-anak, tabloid *BOLA*, *Elex Media Komputindo*, *Grasindo*, surat kabar *Tribun*, tissue *Tessa*, *Hotel Santika*, *kompas.com*, *Kompas TV*, hingga *Universitas Multimedia Nusantara*. Hingga saat ini, Kompas Gramedia masih berdiri dan terus berkembang untuk membawa Indonesia menjadi lebih baik dengan slogan *Enlightening People*.

2.2. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan

Sejak awa berdirinya, Kompas Gramedia terus berkembang dan berevolusi hingga sekarang. Disebut sebagai “Indonesia Mini”, Kompas Gramedia melihat perusahaannya sebagai wujud apresiasi pluralisme yang saling menghargai berbagai perbedaan dan keberagaman, dengan semangat menghibur yang papa dan meningkatkan yang mapan. Filosofi keseluruhan yang dipegang teguh adalah kemanusiaan, integritas, dan kejujuran yang sederhana, dengan visi dan misi:

“Menjadi Perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu dan tersebar di Asia Tenggara melalui usaha berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan dan adil sejahtera.”

Selain visi dan misi, Kompas Gramedia juga memiliki 5 nilai utama perusahaan yang dikenal dengan sebutan 5C. Kelima nilai ini dipegang erat sebagai landasan karyawan dalam berpikir, bersikap dan bertindak. Nilai-nilai tersebut adalah:

1. Caring

Nilai ini didasarkan pada filosofi Humanisme Transendental, artinya berperi kemanusiaan, berdasarkan keyakinan akan Tuhan Yang Maha Kuasa, yang menyelenggarakan segala sesuatu.

2. Credible

Nilai ini didasarkan pada filosofi bahwa manusia yang bekerja selalu berdimensi sosial, menuntut interaksi timbal balik dengan lingkungannya. Dengan melaksanakan tanggung jawabnya secara ikhlas, disiplin, konsisten dan profesional, maka ia akan dipercaya dan dapat diandalkan oleh orang lain.

3. Competent

Nilai ini didasarkan pada filosofi bahwa manusia bekerja harus selalu berkembang dan mengembangkan dirinya untuk memberikan hasil yang terbaik bagi dirinya dan lingkungannya.

4. Competitive

Nilai ini didasarkan pada filosofi bahwa di jaman modern yang serba tidak pasti yang dibutuhkan adalah keberanian menghadapi tantangan. Menunjukkan kecerdasan mental (Adversity Quotient) yang mengubah ancaman menjadi peluang, untuk selalu berkembang dan berorientasi pada daya saing.

5. Customer Delight

Nilai ini didasarkan pada prinsip memenangkan hati pelanggan dengan memberikan pelayanan yang melebihi harapannya.

2.3. Logo dan Makna Perusahaan

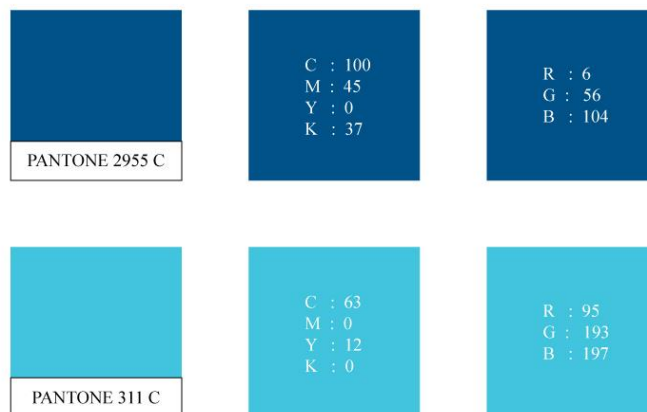
Logo adalah identitas perusahaan yang sangat penting sehingga pada umumnya, logo memiliki nilai-nilai dan filosofi yang mendalam tentang perusahaan tersebut. Logogram pada *corporate identity* Kompas Gramedia menggunakan simbol lingkaran yang melambangkan bola dunia dengan huruf KG sebagai inisial dari “Kompas Gramedia”. Desain inisial KG yang berada di sekitar lingkaran tersebut merepresentasikan jalur informasi yang mencapai berbagai belahan dunia melalui

berbagai media (multimedia). Inisial KG sendiri didesain secara khusus untuk memberikan unsur dinamisme dari perusahaan dan menggambarkan pergerakan arus informasi yang cepat.



Gambar 2.1 Logo Kompas Gramedia

Secara umum *typography* logo Kompas Gramedia yang digunakan terlihat kokoh dan solid, namun karakteristik keseluruhannya cenderung dinamis. Oleh karenanya, font ini mampu menampilkan unsur profesionalisme yang modern dan mutakhir. Huruf awal pada kata “Kompas” dan “Gramedia”, yaitu “K” dan “G” memiliki *scaling* yang lebih besar sebagai pengenalan identitas korporat yang ke depannya mencitrakan diri sebagai “KG”.



Gambar 2.2 Warna Logo Kompas Gramedia

Logo Kompas Gramedia secara garis besar terdiri dari dua warna utama yang menjadi ciri khas, yaitu:

1. Biru tua (Pantone 2955 C)

Memiliki arti: Tepercaya, Profesional, Kuat.

Tiga nilai yang menjadi pedoman semua unsur di dalam Kompas Gramedia dalam melakukan proses bisnis dan mengelola setiap wawasan/informasi untuk mendidik masyarakat Indonesia.

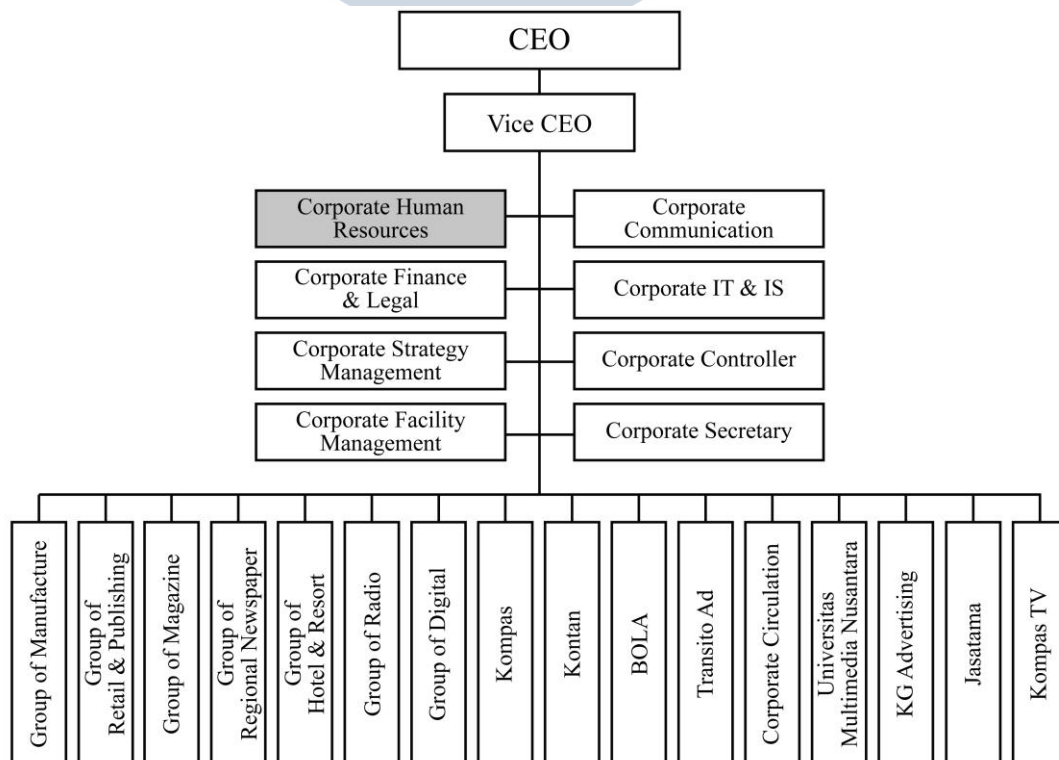
2. Biru Muda (Pantone 311 C)

Memiliki arti: Kehidupan dan Humanisme/Kemanusiaan,.

Dua hal tersebut mendasari dan memperkuat karakter Kompas Gramedia sebagai perusahaan media yang mencerdaskan bangsa dan mencerahkan manusia. Hal ini sesuai dengan slogan Kompas Gramedia yaitu “*Enlightening People*”.

2.4. **Struktur Organisasi Perusahaan**

Dalam struktur organisasi Kompas Gramedia terdapat 8 usaha utama, 7 unit grup bisnis, dan 10 unit bisnis. Berikut ini merupakan struktur organisasi yang dimiliki oleh perusahaan Kompas Gramedia:



Gambar 2.3. Struktur Organisasi Kompas Gramedia