



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 Singkat Kompas Gramedia

Kompas Gramedia memulai usahanya untuk memberikan bacaan bermutu dan membuka cakrawala masyarakat Indonesia dengan menerbitkan majalah bulanan Intisari pada 17 Agustus 1963 oleh Petrus Kanisius Ojong dan Jakon Oetama, bersama dengan J. Adisubrata dan Irawati SH. Setelah melalui lebih dari lima dekade, Kompas Gramedia telah berkembang dan memiliki berbagai jenis usaha yang tersebar di seluruh Indonesia.

2.1.1. Sejarah Perusahaan Tribun

Pada tahun 1987, Menteri Penerangan Republik Indonesia memberi himbauan terhadap perusahaan koran yang lebih besar untuk membantu perusahaan koran daerah yang memiliki masalah dengan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers), untuk membantu menyelesaikan hal tersebut maka terbentuklah sebuah unit usaha Kelompok Pers Daerah (Persda) yang memiliki tugas awal membantu perusahaan koran yang membutuhkan pertolongan. Kompas Gramedia memberikan bantuan terhadap perusahaan koran daerah dengan cara mengambil alih penerbitan Harian Sriwijaya Post di Palembang.

Pada tahun 1988, Kompas Gramedia melanjutkan tugasnya dengan mengambil alih perusahaan penerbitan Koran Swadesi di Banda Aceh yang sekarang dikenal dengan nama Serambi Indonesia. Dilanjutkan pada tahun 1992, Kompas Gramedia kemudian mengambil alih perusahaan penerbitan koran Pos Kupang dan mengambil alih perusahaan penerbitan koran Banjarmasin Post pada tahun 1994. Pada perkembangannya, Persda di bawah Kompas Gramedia memulai untuk memperkuat bisnisnya dengan mendirikan sendiri koran daerah yang menyebar hampir diseluruh provinsi yang ada di Indonesia yang sekarang dikenal dengan *brand* Tribun.

2.1.2. Perkembangan Tribunnews

Tribunnews merupakan media *online* yang dimiliki oleh Tribun Group dan merupakan bagian dari Group of Regional Newspaper Kompas Gramedia yang berada di bawah naungan PT Indopersda Primamedia. Tribun terus menumbuhkan dan mengembangkan bisnis korannya, Namun untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang semakin maju maka Tribunnews.com lahir pada tahun 2006 sebagai portal berita *online* dari Tribun, dengan di dukung oleh 23 portal daerah serta tagline “*National Reach Local Perspective*”, menjadikan Tribunnews sebagai portal berita terpopuler nomor satu di Indonesia pada tahun 2016, di usianya yang ke-10 tahun.

2.1.3. Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Tribun Group

Sumber: <http://www.tribunnetwork.com/>



Gambar 2.2 Logo Tribunnews

Sumber: <http://www.tribunnetwork.com/>

2.2. Visi dan Misi Perusahaan

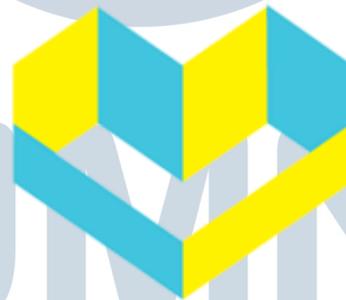
Menjadi penerbit media *online*, surat kabar dan percetakan terbesar dan tersebar di seluruh Indonesia, dengan cara menyediakan informasi terpercaya yang memberikan *spirit* baru dan menjalankan bisnis yang beretika, efisien dan menguntungkan sehingga mendorong terciptanya demokratisasi.

2.3. Nilai-nilai Perusahaan

Agar dapat mencapai visi dan misi perusahaan, Tribunnews.com yang merupakan bagian dari Kompas Gramedia turut mengamalkan nilai-nilai perusahaan yang telah terangkum dalam 5C, yaitu:

1. *Caring*

Caring merupakan nilai perusahaan yang berdasarkan kepada filosofi peri kemanusiaan, dan berdasarkan kepada keyakinan kepada yang menyelenggarakan segala sesuatu yaitu Tuhan Yang Maha Kuasa.



Gambar 2.3 Simbol *Caring*

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

2. *Credible*

Credible memiliki dasar pemahaman terhadap filosofi dimana manusia merupakan makhluk yang berdimensi sosial, dimana manusia harus bekerja sama dan berinteraksi secara timbal balik dengan lingkungannya. Seseorang dianggap sebagai pribadi yang dapat dipercaya dan diandalkan ketika ia melakukan sebuah pekerjaan.



Gambar 2.4 Simbol *Credible*

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

3. *Competent*

Competent merupakan nilai perusahaan yang mengamalkan filosofi bahwa manusia harus selalu mengembangkan kemampuan dirinya agar dapat memberikan hasil terbaik untuk dirinya dan lingkungannya.

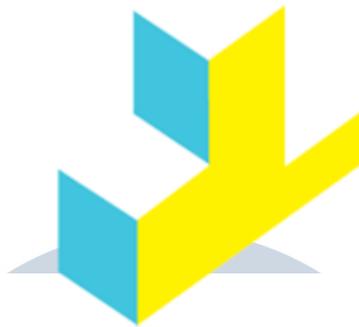
The logo for 'Competent' features a stylized, three-dimensional 'M' shape, similar to the one in Gambar 2.4, but with a different color scheme: the top horizontal bar is blue, and the vertical bars are yellow. It is positioned above a light blue circular background.

Gambar 2.5 Simbol *Competent*

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

4. *Competitive*

Competitive mengacu kepada filosofi bahwa manusia membutuhkan keberanian untuk menaklukkan tantangan khususnya di zaman yang modern yang tidak pasti ini. Manusia juga harus bisa menunjukkan kemampuan mentalnya untuk menghasilkan sebuah peluang saat menghadapi masalah.



Gambar 2.6 Simbol *Competitive*

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

5. *Costumer Delight*

Costumer Delight merupakan nilai perusahaan yang berdasarkan pada prinsip memenangkan hati pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang melebihi dari ekspektasi pelanggan.



Gambar 2.6 Simbol *Costumer Delight*

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

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

