

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Kompas Media Nusantara, yang dikenal sebagai Kompas.id, adalah salah satu media di bawah naungan grup Kompas Gramedia yang bergerak dalam media cetak dan digital. Didirikan pada tahun 1965 oleh Petrus Kanisius Ojong dan Dr. (HC) Jakoeb Oetama, Kompas.id awalnya hanya fokus pada media cetak (koran). Namun, dengan kemajuan teknologi dan munculnya era internet, Kompas.id beradaptasi dengan memperkenalkan media digital, meluncurkan *e-paper*-nya pada tanggal 28 Juni 2013.



Gambar 2.1 Logo Kompas.id
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2024

Pengenalan *e-paper* Kompas.id menandai adaptasi yang signifikan terhadap perubahan zaman dan revolusi digital. Dengan berpegang pada visi ini, Kompas.id terus berinovasi dengan mengungkapkan situs web Kompas.id pada Februari 2017, yang menawarkan portal berita berbasis langganan dengan fitur utama *e-paper* Kompas.

Pada tahun 2018, Kompas.id terus berinovasi dengan memperbarui antarmukanya untuk memberikan tampilan yang lebih segar dan fokus pada pengembangan *e-paper* ke dalam platform digital melalui aplikasi yang tersedia untuk diunduh di *App Store* untuk pengguna iOS dan *Google Play Store* untuk pengguna Android. Kompas.id menerbitkan narasi visual sebagai bagian dari *platform* media digitalnya, menyajikan konten dengan cara yang lebih menarik yang mengutamakan interaksi dengan pengguna.

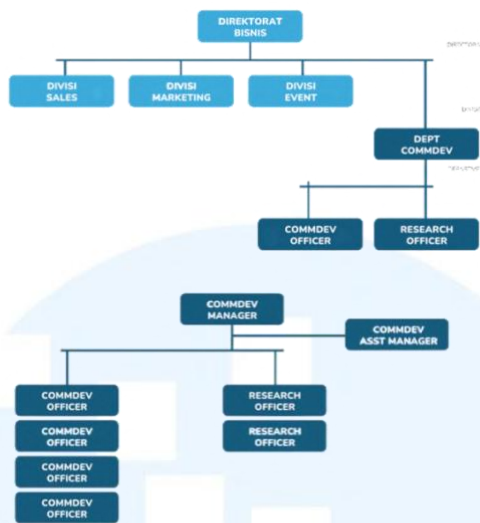
Harian Kompas telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dan menjadi salah satu entitas bisnis terbesar di Indonesia di bawah naungan Kompas Gramedia (KG). Fokus utamanya adalah pada penyediaan informasi. Dengan moto "Amanat Hati Nurani Rakyat," Harian Kompas dan Kompas.id bertekad untuk menyajikan jurnalisme yang mendalam, dengan produk jurnalistik yang menekankan substansi dan nilai kontribusinya. Mereka juga berkomitmen untuk melawan penyebaran hoax dan berita palsu sesuai dengan prinsip tersebut (Kompas, 2020).

Visi dari PT Kompas Media Nusantara adalah Menjadi Institusi yang memberikan pencerahan bagi perkembangan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat, serta menjunjung tinggi asas dan nilai kemanusiaan.

Misi dari PT Kompas Media Nusantara adalah untuk mengantisipasi dan merespon dinamika masyarakat secara profesional, sekaligus memberi arah perubahan (*trendsetter*) dengan menyediakan dan menyebarluaskan informasi yang terpercaya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Harian Kompas mempunyai struktur yang efisien dan fleksibel untuk masing-masing tim dalam upaya menjalankan setiap proyek. Bagan dibawah ini merupakan alur keseluruhan dalam struktur organisasi di perusahaan Kompas di bagian bisnis.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Kompas
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2024

Tertinggi dari perusahaan Harian Kompas di bagian bisnis dipegang oleh seorang principal/director yang bertugas memimpin, bertanggung jawab atas segala keputusan berkaitan dengan jalannya bisnis. Di bawah itu, terdapat divisi *sales*, *marketing* dan *event* dan *commercial development*. Dalam bagian *commercial development*, ada 2 divisi dibawahnya yaitu, *commercial development officer* dan *research officer*. Penulis sekarang menjalankan magang di bagian *graphic designer commercial development*.

2.3 Portofolio Perusahaan

Berikut ini merupakan kegiatan umum dari Harian Kompas:

2.3.1 Koran cetak

Produk utama dari Harian Kompas terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu berita dan iklan. Terdiri dari tujuh kolom, harian ini menyajikan berita dalam berbagai rubrik yang meliputi Ekonomi, IPTEK, Internasional, Sosok, Olahraga, Nama dan Peristiwa, Metropolitan, Multimedia, Gaya Hidup, serta Opini. Rubrik Opini menjadi edisi khusus yang hanya diterbitkan di dalam Kompas dan sering kali menjadi yang paling diminati oleh pembaca karena menghadirkan pandangan dan analisis mendalam terhadap isu-isu terkini.



Gambar 2.3 Koran cetak Kompas
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2024

Selain itu, Kompas juga menyediakan rubrik khusus yang ditujukan untuk menarik pembaca dari kalangan muda. Rubrik ini terbit setiap hari Jumat dengan nama Kompas Muda dan Kompas Kampus, yang mengangkat berbagai topik dan isu yang relevan dengan generasi muda serta lingkungan kampus. Hal ini menunjukkan upaya dari Harian Kompas dalam menjangkau berbagai segmen pembaca dengan konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka.

2.3.2 Kompas.id

Kompas.id merupakan produk digital dari Harian Kompas yang memberikan informasi terkini melalui platform digital, baik melalui situs *web* maupun aplikasi *smartphone*. Platform ini dirancang untuk

memberikan kemudahan akses di era digital saat ini. Meskipun pengguna dapat mengakses Kompas.id secara gratis, namun akses yang tersedia dibatasi. Oleh karena itu, pembaca diminta untuk berlangganan dengan memilih dari berbagai paket langganan yang tersedia. Dengan berlangganan, pembaca dapat menikmati akses yang lebih luas dan mendapatkan manfaat tambahan dari berita dan konten yang disajikan.



Gambar 2.4 Tampilan Kompas IDE
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2024

2.3.3 *E-paper*

Kompas.id menyediakan koran cetak dalam format digital yang menampilkan halaman-halaman koran dengan tampilan yang sama persis seperti versi cetaknya. Hal ini memungkinkan pembaca untuk merasakan pengalaman membaca koran fisik secara langsung melalui perangkat gadget mereka dengan kemudahan dan kenyamanan. Untuk dapat mengakses *e-paper*, pembaca perlu berlangganan layanan Kompas.id terlebih dahulu, setelah itu mereka dapat langsung mengakses dan menikmati koran digital tersebut. Dengan demikian, Kompas.id memberikan akses yang praktis dan nyaman bagi pembaca untuk menikmati konten koran Kompas di era digital.



Gambar 2.5 E-paper Kompas
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2024

2.3.4 Kompas Travel Fair

Dalam upaya meningkatkan pemahaman akan merek Harian Kompas di kalangan masyarakat, pihak Harian Kompas telah menginisiasi sejumlah acara, seperti Kompas *Travel Fair* (KTF).



Gambar 2.6 Logo Kompas *Travel Fair*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2024

Meskipun acara ini baru dibentuk dalam beberapa tahun terakhir, tepatnya sekitar 3 tahun yang lalu, namun *KTF* telah menjadi salah satu acara terbesar yang diselenggarakan oleh Harian Kompas. *KTF* adalah sebuah acara yang menawarkan berbagai opsi penerbangan domestik maupun internasional dari berbagai maskapai penerbangan. Selain itu, terdapat pula berbagai penawaran menarik dari agen perjalanan untuk destinasi di seluruh dunia serta produk-produk terkait perjalanan. Dengan mengadakan acara seperti ini, Harian Kompas berhasil membangun hubungan yang positif dengan konsumen dan secara efektif meningkatkan kesadaran akan perusahaan. Acara ini menjadi salah satu elemen penting dalam strategi komunikasi pemasaran Harian Kompas.