

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Kompas Gramedia

Kompas Gramedia, disingkat KG, ialah sebuah perusahaan di Indonesia yang aktif dalam industri media. KG didirikan pada tanggal 17 Agustus 1963, dimulai dengan publikasi majalah Intisari di bawah kepemimpinan P.K Ojong dan Jakob Oetama. perusahaan ini berawal dari penerbitan majalah bulanan bernama Majalah Intisari pada tanggal 17 Agustus 1963. Majalah ini didirikan oleh Petrus Kanisius Ojong, Jakob Oetama, J. Adisubrata, dan Irawati SH dengan tujuan memberikan informasi tentang ilmu pengetahuan dan teknologi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Indonesia dan mencerdaskan bangsa. Setelah beberapa tahun berjalan, KOMPAS, awalnya sebagai surat kabar mingguan, diterbitkan pada tanggal 28 Juni 1965. Seiring berjalannya waktu, KOMPAS berkembang menjadi surat kabar harian nasional (Kompas Gramedia, 2023).

Kompas Gramedia adalah salah satu perusahaan media terkemuka di Indonesia dengan reputasi yang kuat dan pengaruh yang luas. Penulis memilih Kompas Gramedia sebagai tempat magang dapat memberikan kesempatan untuk belajar dari para profesional terbaik di industri media dan penerbitan. Sebagai organisasi besar dengan berbagai divisi dan unit bisnis, Kompas Gramedia menawarkan beragam peluang pengembangan karier. Magang di sana dapat memberikan wawasan tentang berbagai bidang seperti jurnalisme, penerbitan, pemasaran, dan teknologi informasi.

Kompas Gramedia memiliki sumber daya yang berkualitas, termasuk perpustakaan, arsip berita, dan teknologi terkini. Magang di sana memberikan akses kepada

sumber daya ini, memungkinkan magang untuk belajar dan mengembangkan keterampilan mereka dalam lingkungan yang mendukung. Perusahaan ini bergerak bersama dengan seluruh komponen masyarakat Indonesia yang terus berubah secara dinamis, melalui lebih dari 400 jaringan usaha yang mencakup 8 sektor, seperti media, retail dan penerbitan, hospitality, manufaktur, pendidikan, *event*, properti, serta digital.

Pemagang bergabung dengan Kompas Gramedia sebagai tempat magang juga memungkinkan penulis untuk bisa membangun jaringan profesional yang luas. Dengan berinteraksi dengan para profesional di industri media dan penerbitan, magang dapat memperluas jaringan mereka dan membuka peluang bagi karier di masa depan. Hal itu dikarenakan Kompas Gramedia memiliki komitmen yang kuat terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan literasi. Memilih untuk magang di sana dapat memberikan kesempatan untuk berkontribusi pada inisiatif-inisiatif ini dan menjadi bagian dari perubahan positif dalam masyarakat melalui media dan penerbitan (Natgeo, 2023).

Kompas Gramedia menurut pemagang mempunyai keunikan tersendiri jika dibandingkan perusahaan-perusahaan lainnya. Pemagang selama telah menjalani beberapa bulan magang di Kompas Gramedia dengan melihat Kompas Gramedia adalah perusahaan yang memiliki humanisme yang tinggi terhadap para karyawannya. Nilai-nilai yang dimiliki oleh Kompas Gramedia, antara lain *Caring* yang mana Kompas Gramedia sangatlah peduli terhadap semua pihak baik itu internal maupun eksternal dengan banyak memberikan manfaat yang tidak hanya bersifat komersial tetapi juga non komersial. Kemudian, ada nilai *Credible* yang mana Kompas Gramedia menjadikan dirinya sebagai perusahaan yang dapat dipercaya dan diandalkan oleh semua pihak. Hal ini dibuktikan juga dengan media-media serta toko buku yang sudah lama sekali berdiri yang masih bertahan hingga saat ini

karena banyaknya masyarakat yang masih mempercayai kredibilitas dari Kompas Gramedia.

Kompas Gramedia memiliki beberapa keunikan dibandingkan dengan perusahaan lain di industri yang serupa yang mana dari segi bisnis, Kompas Gramedia tidak hanya berfokus pada satu bidang bisnis saja. Mereka memiliki portofolio bisnis yang sangat beragam, termasuk penerbitan (Kompas Gramedia Group), media massa (Kompas, Gramedia.com, Kompas TV), ritel buku (Gramedia Bookstore), dan lain-lain. Diversifikasi ini memungkinkan perusahaan untuk lebih stabil dalam menghadapi perubahan pasar. Kompas Gramedia memiliki kehadiran yang kuat di berbagai sektor industri di Indonesia. Dengan memiliki media massa terkemuka seperti harian Kompas, Kompas.com, Kompas TV, dan sebagainya mereka memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk opini dan budaya di Indonesia. Kemudian, melalui jaringan toko buku Gramedia, Kompas Gramedia telah berhasil membangun komunitas pembaca yang besar di Indonesia. Gramedia Bookstore seringkali menjadi tempat pertemuan dan acara budaya bagi para pecinta buku. Lalu, Kompas Gramedia juga aktif dalam mengembangkan konten digital dan kehadiran di media sosial. Mereka memiliki situs web dan platform digital untuk membaca berita dan konten lainnya. Selain itu, mereka juga aktif di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, sehingga memperluas jangkauan mereka dan menciptakan interaksi lebih langsung dengan audiens mereka. Kemudian, Kompas Gramedia juga memiliki program-program yang mendukung pengembangan penulis dan penelitian di Indonesia, seperti blog Kompasiana, gramedia academy. Mereka menyelenggarakan berbagai acara, lokakarya, dan kompetisi untuk mendukung bakat-bakat lokal di bidang penulisan dan penelitian (Natgeo, 2023).

Kompas Gramedia juga mempunyai sikap peduli terhadap para karyawannya selama bekerja disana. Adanya Growth Center atau Corporate Human Resources yang menyediakan banyak sekali kebutuhan dan fasilitas untuk keperluan dan

keinginan dari para karyawan itu sendiri. Contohnya unit Growth Center dari divisi Learning & Development yang menyediakan kursus-kursus bagi para karyawan yang membutuhkan. Hal ini membuktikan kepedulian Kompas Gramedia terhadap kebutuhan para karyawannya agar selalu merasa nyaman dalam bekerja. Lalu, Growth Center sendiri juga telah mengembangkan website yang bernama Kognisi.id yang berfungsi untuk para karyawan mendaftar kursus-kursus yang disediakan oleh Growth Center Kompas Gramedia untuk para karyawannya.

Keunikan Kompas Gramedia yang lainnya ada dari Jakob Oetama selaku salah satu pendiri dari Kompas Gramedia yang berpendapat bahwa kepercayaan menjadi salah satu acuan dalam suatu perusahaan baik itu antara pelanggan maupun karyawan satu sama lain. Kepercayaan inilah yang bisa memunculkan citra yang sangat baik bagi Kompas Gramedia. Kompas Gramedia berupaya besar untuk terus bisa menjaga citra yang sangat bagus demi nama perusahaan. Perusahaan ini membangun citra yang dapat dikatakan Kompas Gramedia menjalankan prinsip yang dapat menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan serta adil sejahtera.

Citra baik Kompas Gramedia terbukti dengan adanya penghargaan yang pernah diraih pada bidang *Corporate Social Responsibility* yang diberikan oleh Walikota Jakarta Pusat. Hal itu karena Kompas Gramedia dinilai mempunyai kepedulian terhadap lingkungan sosial. Jakarta Pusat dinilai mempunyai permasalahan sosial yang cukup rentan dan oleh sebab itu Walikota Jakarta Pusat berharap agar program-program *Corporate Social Responsibility* bisa dilanjutkan dan ditingkatkan untuk kedepannya (Mustikasari, 2014). Dari hal seperti itulah yang

membuat Kompas Gramedia dapat dikatakan mempunyai suatu keunikan tersendiri karena tidak hanya mementingkan komersial saja, namun juga punya komitmen untuk memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar.

Kompas Gramedia memiliki banyak media massa yang menyajikan berita-berita dari berbagai macam topik, seperti politik, hukum, olahraga, *lifestyle*, dan sebagainya. Dari berbagai pemberitaan tersebut, Kompas lebih mengedepankan penekanan berita yang lebih dingin dan berusaha tidak memojok pihak manapun. Hal itu yang membuat Kompas masih terus bisa bertahan di tengah banyaknya media massa yang terus bermunculan hingga saat ini baik itu dari luar maupun dalam negeri. Kompas pastinya banyak dikenal oleh masyarakat luas sebagai perusahaan media yang penyampaiannya sangat “kalem” ke publik Indonesia yang membuat masyarakat tetap menyukai Kompas Gramedia sebagai media yang layak untuk ditonton.

Kompas Gramedia mempunyai banyak komunitas di tiap unitnya, seperti Kompas Community yang berada dibawah Harian Kompas, lalu ada PORKA yang merupakan komunitas olahraga dibawah Corporate Communication, ada juga komunitas yang peduli terhadap lingkungan yang bernama Sayapilihbumi yang berada dibawah naungan Grid Network. Dari banyaknya komunitas tersebut, banyak sekali acara-acara yang diselenggarakan khususnya untuk para karyawan Kompas Gramedia itu sendiri, contohnya seperti acara yang bernama Kartini Negeri yang diselenggarakan oleh Bentara Budaya Jakarta yang berkolaborasi dengan komunitas Stylo Indonesia dengan menampilkan kegiatan-kegiatan menarik, seperti bursa & pameran wastra, workshop & talkshow, fashion show, apresiasi kartini negeri, dan sebagainya. Acara tersebut bertujuan untuk memperingati Hari Kartini yang jatuh pada 21 April. Hal ini membuat Kompas Gramedia tetap terlihat sebagai perusahaan besar yang tidak hanya sekedar kerja untuk mengais komersial saja, namun juga berusaha untuk tetap menampilkan penampilan kebudayaan yang

nantinya bisa mengingatkan kepada para karyawan khususnya agar tetap mengingat budaya nusantara.

Kompas Gramedia mempunyai seorang sosok yang sangat terkenal hingga saat ini yang bernama Jakob Oetama. Beliau terkenal sebagai salah satu pendiri dari Kompas Gramedia yang masih eksis sampai sekarang sebagai perusahaan media massa di Indonesia yang paling independen dan terpercaya. Nilai-nilai mulia yang diwariskan oleh Jakob terhadap Kompas adalah pandangan yang mengutamakan kemanusiaan yang beriman. Pandangan ini menjadi landasan dalam setiap liputan Kompas, baik di versi cetak, Kompas.com, maupun Kompas TV.

2.2 Visi Misi Kompas Gramedia

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.

Kompas Gramedia adalah perusahaan yang telah hadir sejak tahun 1963 dan bergerak di bidang media massa. Kompas Gramedia memiliki visi dan misi untuk memberikan dampak kepada orang banyak. Saat ini Kompas Gramedia telah mengembangkan bisnis pada beberapa bidang mulai dari *event organizer*, *retail & publishing*, dan lain-lain. Salah satu unit Kompas Gramedia adalah Growth Center yang bergerak pada bidang pengembangan sumber daya manusia.

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

2.3 Struktur Organisasi Kompas Gramedia & Growth Center

Sebagai sebuah perusahaan yang terdiri dari berbagai unit usaha, Kompas Gramedia secara struktur terbagi menjadi dua bagian besar, yaitu Functional Unit dan Business Unit.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Kompas Gramedia

Sumber: Dokumen Perusahaan

Functional Unit Kompas Gramedia merupakan bagian yang berfungsi untuk membantu kinerja Business Unit. Functional Unit Kompas Gramedia lebih disebut juga sebagai cost center karena aktivitasnya yang tidak terfokus pada upaya menghasilkan pendapatan, tetapi fokus pada upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari kegiatan operasional perusahaan. 40 Functional Unit Kompas Gramedia terdiri dari dari tujuh unit, yaitu Corporate Finance & Legal, Corporate Comptroller, Corporate Human Resources, Corporate IT & IS, Corporate Facility Management, Corporate Communication, dan Corporate Secretary. Sedangkan Business Unit Kompas Gramedia merupakan bagian yang berfungsi untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, sehingga disebut juga sebagai profit center. Kompas Gramedia memiliki memiliki tujuh kelompok Business Unit, yaitu Group of Media, Group of Retail & Publishing, Group of Manufacturing, Group of Hospitality, Group of Event & Venue, Group of Education dan Group of Property.

Growth Center memiliki tujuan untuk membantu pertumbuhan organisasi lewat pertumbuhan individu agar menjadi versi terbaik dari diri mereka. Salah satu divisi yang berada di bawah unit bisnis Growth Center ini adalah Community Development. Divisi ini mempunyai tugas untuk mengembangkan komunitas yang ada di Kompas Gramedia. Hal-hal yang dilakukan mulai dari merancang kegiatan, mengeksekusi, hingga melaporkan perkembangan yang terjadi di komunitas. Divisi ini memegang 3 komunitas yaitu Jurnalisme Berkebangsaan yang merupakan komunitas yang memiliki nilai jurnalistik, lalu Para Katalis yang merupakan perkumpulan alumni mantan pegawai Kompas Gramedia pada Program KGIC. Kemudian, ada *KG English Hub* yang merupakan komunitas perkumpulan para karyawan Kompas Gramedia untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris mereka.



Growth Center sebagai functional unit memiliki peran kepada karyawan Kompas Gramedia dengan memberikan berbagai macam layanan, seperti modul pengembangan yang berupa silabus, kurikulum yang dapat dijadikan acuan untuk mendemonstrasikan key behaviour yang diharapkan. Lalu, ada juga *digital learning production* yang berguna untuk mengakomodasi modul secara komprehensif dengan cara yang menarik. Kemudian, ada pembelajaran *Peer-to-Peer* yang digamifikasi yang mana dengan sistem pembelajaran tersebut, Growth Center dapat mengedepankan dialog dan pembelajaran interaktif. Kemudian, ada juga *Personal Growth* yang dapat digunakan sebagai alat ukur untuk menemukan gambaran komprehensif tentang kebiasaan dan kecenderungan bakat karyawan Kompas Gramedia di tempat kerja. Lalu, ada *Employee Branding* yang digunakan dengan cara Selaraskan nilai dan tujuan Kompas Gramedia dengan strategi komunikasi yang baik.



Gambar 2.2 Struktur organisasi CHR Kompas Gramedia
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Growth Center Kompas Gramedia berada di bawah unit fungsional Corporate Human Resources yang dipimpin oleh Bapak B. Sigit Suryanto sebagai Corporate Human Resources Director. Pada Corporate Human Resources terdapat tiga divisi yaitu People Discovery & Engagement Division, Organization & People Development, dan People Operations. Berikut dijabarkan tugas dan peran dari masing-masing divisi:

1) Organizational Development Division

Divisi ini memiliki tugas untuk menjadi konsultan internal dengan memberikan analisis data, pemahaman dasar, dan wawasan tentang tren industri untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Selain itu, tugas divisi ini juga mencakup untuk merancang dan mengimplementasi program pengembangan karyawan, kemudian memastikan adanya adopsi budaya perusahaan yang sejalan dengan visi dan misi perusahaan. Kemudian yang terakhir, mendorong inovasi dan perbaikan proses agar organisasi bisa mencapai tujuan jangka panjangnya.

2) People Discovery & Engagement Division

People Discovery & Engagement Division mempunyai tugas untuk melakukan rekrutmen karyawan, mempersiapkan dan eksekusi onboarding serta orientasi perusahaan, manajemen kinerja karyawan, penggajian dan manfaat yang didapatkan karyawan, dan lain-lain.

3) People Operations

Pada divisi People Operations memiliki peran untuk membangun budaya kerja yang positif, meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta memastikan berjalannya kesesuaian antara kepatuhan terhadap peraturan dan kebijakan perusahaan. Oleh sebab itu, divisi People Operations memiliki tujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif, kolaboratif, serta memperhatikan kesejahteraan dari individu di dalam organisasi.

Tujuan utama dari Growth Center sendiri adalah untuk memberikan fasilitas pertumbuhan bagi individu maupun organisasi. Community Development sendiri memiliki tanggung jawab untuk mengawasi, mengembangkan, dan membantu jalannya komunitas yang ada di bawah Growth Center agar bisa memberikan dampak positif bagi masyarakat luas.

Growth Center memiliki 2 produk, yakni Kognisi Discovery yang berfungsi untuk membantu para karyawan untuk mengenal satu sama lain secara mendalam, sehingga dapat menyadari perkembangan dalam dirinya. Kemudian, ada Kognisi Development yang bertujuan untuk membantu para karyawan untuk bisa berkembang sesuai dengan keunikan masing-masing dengan memberikan pengetahuan untuk kebutuhan tiap karyawan.