



### **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. Gramedia Majalah

Gramedia Majalah adalah perusahaan media terdepan yang terintegrasi dan menjadi bagian dari perusahaan Kompas Gramedia. Gramedia Majalah telah menerbitkan lebih dari 1.100 judul di 50 merek membuatnya menjadi perusahaan yang memiliki perkembangan tercepat dan perusahaan media terbesar di Indonesia dan di Asia Tenggara. Selama lebih dari 45 tahun gramedia majalah telah menyampaikan konten yang provokatif, inspiratif, dan memiliki target yang menarik pembaca yang antusias dan mencerahkan masyarakat lintas segmen, platform, dan batasan-batasan setiap harinya (“*Company Profile, About us*”, 2011).



Gambar 2. 1. Logo Gramedia Majalah

##### 2.1.1. Sejarah Gramedia Majalah

Sejarah berdirinya perusahaan Gramedia Majalah diawali dari terbitnya majalah saku Intisari pada tahun 1963 oleh Petrus Kanisius Ojong dan Jakob Oetama, bersama J. Adisubrata dan Irawati SH. Lalu diikuti dengan terbitnya surat kabar KOMPAS yang berawal dari ide untuk melawan pers komunis. Hingga berjalan 5 tahun setelah itu diiringi dengan diversifikasi usaha yang membawa berdirinya took buku Gramedia pada tanggal 2 februari 1970 hingga berkembang menjadi perusahaan besar yang terdepan di berbagai bidang.

## 2.1.2. Visi, Misi dan Nilai Gramedia Majalah

### 1.) Misi

Menyediakan informasi etika dan edutainment, dan mencerahkan bangsa melalui pembentukan warga kreatif, mandiri, dan berwawasan (“*Company Profile, Values*”, 2011).

### 2.) Visi

Untuk menjadi terkemuka informasi-platform dan media perusahaan daerah tahun 2012 yang menciptakan nilai untuk para penonton dan klien periklanan (“*Company Profile, Values*”, 2011).

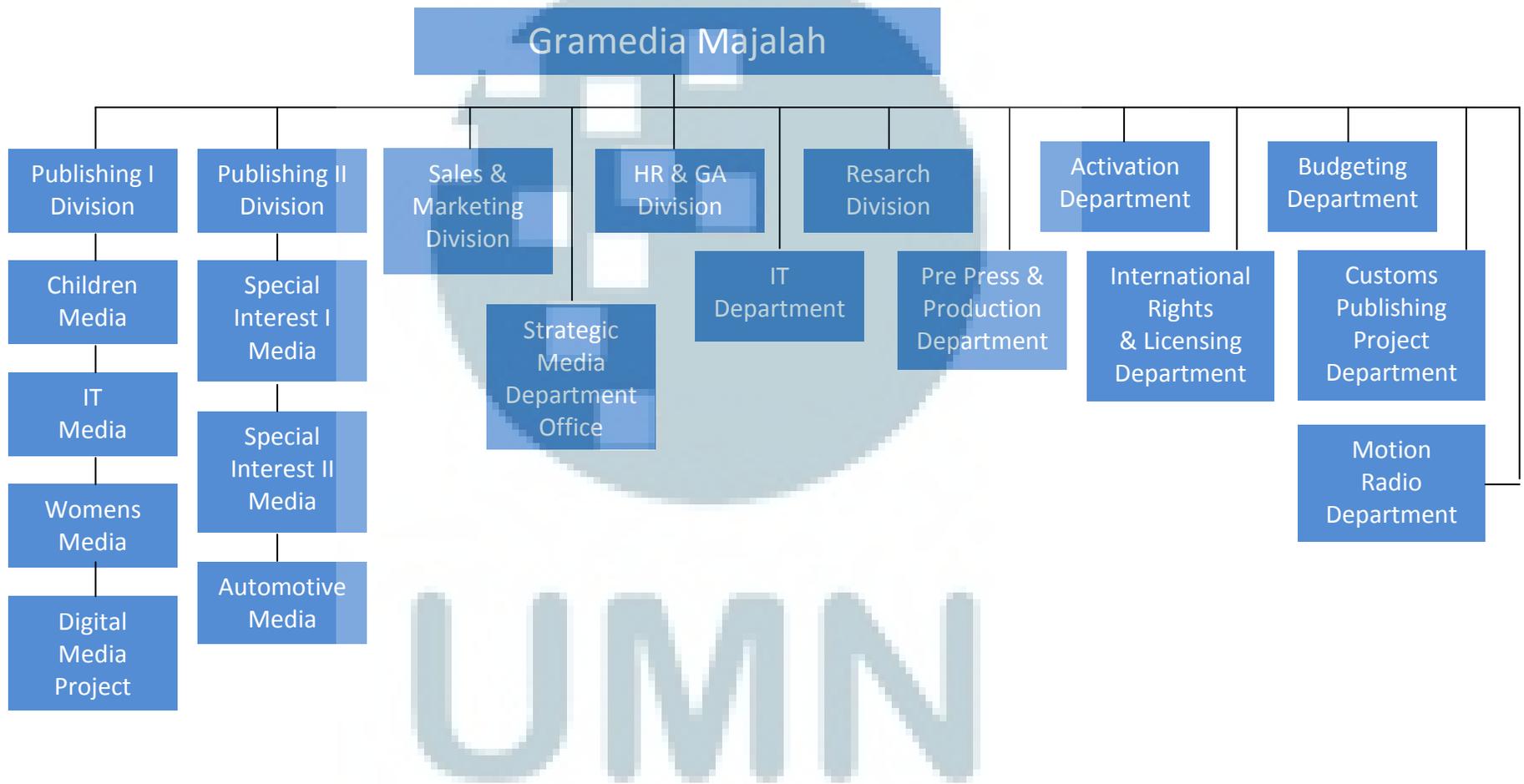
### 3.) Nilai-nilai

Untuk mewujudkan visi dan misi, memerlukan modal manusia yang memahami dan menghargai nilai-nilai luhur seperti diwariskan oleh pendiri Kompas Gramedia, yaitu (“*Company Profile, Values*”, 2011):



Gambar 2. 2. Nilai Gramedia Majalah

### 2.1.3. Struktur Organisasi Gramedia Majalah



Gambar 2. 3. Bagan Struktur Organisasi Gramedia Majalah