

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Kontan adalah media yang menyediakan informasi berita terkait bisnis dan ekonomi, data, dan alat keuangan (Kontan, 2023, hal. 3). Kontan didirikan pada tahun 1996 dan berdiri dibawah naungan PT Grahanusa Mediatama dan merupakan salah satu anak bisnis dari Kompas Gramedia *Group*. Kontan sendiri terdiri dari dua *unit* yaitu Redaksi & Bisnis dan Iklan. Penulis sendiri melakukan magang sebagai desainer grafis di *unit* Iklan. Pada bab ini, penulis menjelaskan rincian lebih dalam mengenai profil serta sejarah dari perusahaan Kontan.

2.1.1 Profil Perusahaan

Kontan adalah media massa yang membahas mengenai bisnis dan ekonomi yang berada di naungan PT Grahanusa Mediatama dan bagian anak bisnis dari Kompas Gramedia *Group*. Redaksi Kontan dipimpin oleh Titis Nurdiana. Menurut *founder* dari Kompas Gramedia, Jakob Oetama, mengatakan bahwa visi dari Kontan merupakan menjadi media ekonomi dan bisnis yang tidak hanya menyajikan informasi, melainkan juga analisis mendalam yang membahas secara kritis masalah ekonomi dengan gaya penyampaian yang ringan, populer, dan dapat dijadikan referensi untuk mengambil langkah-langkah ekonomi (Kontan, 2025).

Sedangkan misi dari Kontan adalah turut meningkatkan literasi ekonomi, finansial, dan investasi masyarakat. Lalu, mendorong pemerintah yang profesional dan bersih, mengajak dan membangun jiwa wirausaha dan memajukan SDM Indonesia. Sedangkan, mengembangkan bisnis media dan non-media untuk mencapai *profit* yang optimal bagi *shareholder* dan karyawan, serta mewujudkan praktik ekonomi *modern*, bersih, dan bermartabat.



Gambar 2.1 Logo Kontan
Sumber: Wikipedia

Kontan memiliki empat produk, yaitu produk cetak, digital, edukasi, dan pelayanan media. Untuk produk cetak, terdapat Harian Kontan yang terbit setiap hari, Tabloid Kontan yang terbit seminggu sekali, dan Edisi Khusus yang terbit sebulan sekali. Untuk produk digital, terdiri dari *E-Paper* dan situs Kontan.co.id. *E-Paper* adalah bentuk digital dari konten pada produk cetak. Dan situs Kontan.co.id adalah situs yang memuat berita cepat yang mengangkat *excellent journalism*.

Lalu, untuk produk edukasi, Kontan memiliki Kontan *Academy* dan Kontan *Share & Learn*. Kedua program ini dibuat untuk mewujudkan visi dari Kontan yaitu “Berdayakan Ekonomi Indonesia”. Dan untuk produk pelayanan media (*Media Service*), Kontan menawarkan layanan bisnis jasa melalui Kontan *Publishing*, *thinkbrand*, seminar, *talkshow*, *sharing session*, dan juga melayani para klien melalui penerbitan buku, *communication solution*, dan berbagai acara.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

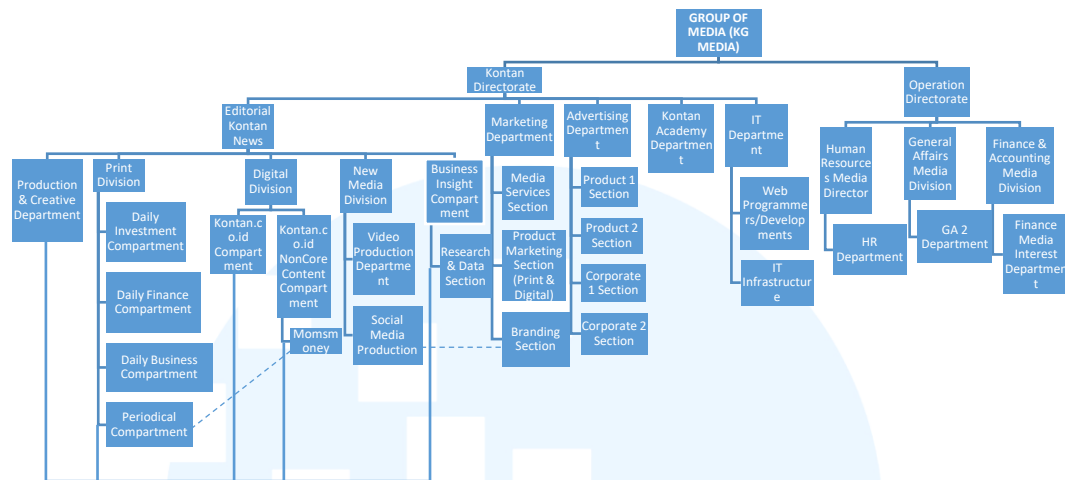
Kontan terbentuk berawal dari peristiwa pembredelan majalah Tempo, editor, dan tabloid Detik pada 21 Juni 1994 saat pemerintahan Presiden Soeharto. Akibat perubahan kebijakan yang terjadi pada Orde Baru, Tempo saat itu kehilangan harapan untuk mendapatkan ijin terbit kembali. Namun, peristiwa ini menjadi titik awal atau momentum bagi kebebasan pers di Indonesia (Pranata, 2021). Majalah Tempo menggugat kembali ke Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN) sebagai perlawanan terhadap keputusan sepihak pemerintah. Lalu, beberapa jurnalis setelah keluar dari majalah Tempo bekerja sama untuk membuat media massa baru dan salah satunya terbentuklah Kontan.

Kontan pertama kali didirikan pada 27 September 1996 dengan terbitan pertama berupa Tabloid Kontan yang terbit secara mingguan. Lalu pada tahun 2004, Kontan menerbitkan Edisi Khusus. Dan pada 26 Februari 2007, Kontan pertama kali meluncurkan surat kabar Harian Kontan yang juga menandakan awal Kontan bergabung dengan Kompas Gramedia. Lalu, semakin berkembangnya tahun, Kontan mengembangkan produk yang ditawarkan.

Dari produk cetak, Kontan juga membuat produk digital. Pada tahun 2008, Kontan meluncurkan *E-Paper* Kontan yang bersifat berbayar dan situs Kontan.co.id yang bersifat tidak berbayar atau gratis. Selain itu, kini sudah terdapat beberapa produk digital yang lain, yaitu *Business Insight*, *PressRelease.id*, dan *Momsmoney*. Selain produk, Kontan juga menyediakan jasa yaitu *Education* dan *Media Services*. Jasa edukasi diwujudkan dengan Kontan *Academy* dan *Share & Learn*, sedangkan *Media Services* mencakup *Event*, Kontan *Publishing*, dan Kontan *Store*.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan bagan struktur perusahaan, Kontan dipimpin oleh *Managing Director* atau Direktur. Lalu, perusahaan kembali dibagi menjadi 2 departemen, yaitu Departemen Redaksi dan Departemen Komersial. Untuk Departemen Redaksi, dipecah menjadi tiga bagian, yaitu *Print*, *Digital*, dan *New Media*. Sedangkan Departemen Komersial dibagi menjadi 4 bagian, yaitu *Marketing*, Iklan, *Human Relations & General Affair (HR & GA)*, dan *Finance*. Untuk Departemen Redaksi adalah yang bertugas untuk menulis dan menyusun berita untuk nantinya diterbitkan, baik di media konvensional maupun media sosial. Sedangkan Departemen Komersial, adalah yang bertugas untuk mengamplifikasi berita, membangun komunitas, dan membuat *revenue stream* baru.



Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Kontan
Sumber: PT Grahanusa Mediatama (2025)

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Grahanusa Mediatama telah berdiri selama kurang lebih 29 tahun. Selama berdiri, perusahaan ini telah menghasilkan sejumlah hasil karya untuk mendukung media dan jasa dari perusahaan. Secara rutin, perusahaan membuat hasil karya konten untuk disebar ke dalam sosial media, seperti *Instagram* dan *TikTok*. Selain itu, perusahaan pun kerap memiliki *event* yang dilakukan secara tahunan. Dan di setiap *event* tersebut terdapat *key visual* yang unik dan berbeda satu sama lainnya. Berikut adalah portofolio dari perusahaan yang dapat dipublikasikan.

2.3.1 Money Fest 2024

Pada tahun 2024, PT Grahanusa Mediatama mengadakan sebuah *event* yang bertajuk *Money Fest 2024*. *Money Fest* adalah sebuah acara edukasi dan literasi tentang keuangan sebagai upaya untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri secara finansial. Dalam acara ini, perusahaan mengundang beberapa tokoh inspiratif untuk berdiskusi dan membagikan kisahnya. Selain kegiatan berbincang-bincang, terdapat beberapa kegiatannya lainnya seperti *Job Fair*, pertunjukkan musik, dan *Experience Playground*. Acara ini diadakan pada 9 November 2024 di *Basket Hall*, Senayan.



Gambar 2.2 Banner *Event Money Fest 2024*
Sumber: PT Grahanusa Mediatama (2024)

Tema dari *Money Fest* tahun 2024 adalah “*RAISE YOU UP!*”. Tema tersebut selaras dengan tujuan dari *event* ini, yaitu mempersiapkan para generasi muda Indonesia dalam menghadapi era transformasi digital dan teknologi yang semakin berkembang. Untuk kegiatan *Job Fair*, Kontan bekerja sama dengan Universitas Multimedia Nusantara *Career Day 2024*. Dengan begitu, *booth-booth* pameran pekerjaan dibuka di gedung Universitas Multimedia Nusantara.

Untuk hasil karya dari *event* ini, terdapat logo, *key visual*, konten sosial media. Acara ini terlihat menggunakan gaya visual yang *futuristic* dengan menggunakan warna neon dan aset visual seperti menggambarkan *hologram*.

2.3.2 Iklan Media Sosial untuk Event Tebar Kurma 2025

PT Grahanusa Mediatama mengadakan sebuah *event* yang berjudul “Tebar Kurma” untuk meramaikan bulan Ramadhan. Tebar Kurma ini diadakan dengan tujuan sebagai upaya menebarkan syukur dan manfaat untuk diri sendiri, lingkungan, dan keluarga. Terdapat 4 aktivitas utama yang dilakukan dalam *event*, yaitu Bazar UMKM, BersalingSilang by *Lyfe With Less*, Cek Kesehatan Gratis, dan *Reverse Vending Machine*. Event ini bekerja sama dengan pihak luar, yaitu *Local Joy*.



Gambar 2.3 Konten Poster Sosial Media Tebar Kurma 2025
Sumber: PT Grahanusa Mediatama (2025)

Media *output* dari *event* ini adalah publikasi di digital berupa konten media sosial dan cetak kontan berupa Harian dan Tabloid. Untuk *event*-nya sendiri, diselenggarakan secara *offline*. Untuk konten sosial media, terdapat *Instagram feeds*, *Instagram story*, dan *short video* atau *Reels* yang dibagikan pada laman *Facebook* dan *TikTok* milik Kontan. *Event* ini diadakan secara offline sehingga terdapat media cetak lainnya, seperti *banner row*, *banner tripod*, dan dekorasi berupa gantungan.

Untuk tema dari *event* ini mengikuti nuansa Bulan Suci Ramadhan, dengan warna dominan hijau dan kuning. Lalu, untuk aset desain yang dirancang juga mengambil elemen lentera, bintang, bulan, dan bintang segi delapan.

2.3.3 Konten Media Sosial untuk Kontan Academy

Selain produk digital dan cetak, PT Grahanusa Mediatama juga menawarkan pelayanan jasa yang bergerak dalam bidang edukasi. Salah satu program edukasinya adalah Kontan Academy. Program ini mengadakan *workshop* atau webinar yang membahas topik seputar keuangan dan ekonomi yang dibawakan oleh tokoh-tokoh profesional di bidang ekonomi. Untuk *output* desain dari program ini adalah konten sosial media, seperti *Instagram feeds*, *reels*, dan *carousel*. Kontan Academy juga memiliki *website* yang berisi informasi terkait *workshop* dan program pelatihan.



Gambar 2.4 Konten Sosial Media Kontan Academy
Sumber: PT Grahanusa Mediatama (2025)

Untuk tema desain dari Kontan *Academy* memiliki warna dominan berupa warna biru, kuning, dan putih. Untuk aset visual yang digunakan adalah ilustrasi dengan gaya *flat* desain dan fotografi dengan efek *black and white*. Desain ini dijadikan *template* dan diterapkan di semua *output* media yang digunakan. Kontan *Academy* juga memiliki satu maskot yang dirancang oleh salah satu pegawai yang pernah magang di perusahaan.