

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dilansir dari *Kompas.id*, Kompas didirikan oleh P.K. Ojong dan Jakob Oetama pada 1965. Pada saat itu, Letjen Achmad Yani selaku Panglima Angkatan Darat mengusulkan kepada Ketua Partai Katolik, Drs. Frans Seda, untuk membentuk sebuah media partai. Sebagai tindak lanjut, Frans Seda menggandeng dua tokoh pers berpengalaman, PK Ojong dan Jakob Oetama. Selanjutnya, mereka menemui presiden kala itu, yakni Soekarno untuk berdiskusi lebih lanjut. Soekarno pun menyarankan nama Kompas yang akhirnya digunakan hingga saat ini.

Berdasarkan laman resmi *KompasTV*, Kompas memainkan peran penting dalam perkembangan industri penyiaran di Indonesia, salah satunya melalui akuisisi Duta Visual Nusantara Televisi (*DVN TV*). Stasiun televisi ini pertama kali memperoleh izin penyiaran pada 25 Oktober 1999 dan didirikan oleh H. Sukoyo bersama beberapa mitra bisnisnya. Setelah mengakuisisi 80% saham *DVN TV*, Kompas melakukan *rebranding* menjadi *TV7* pada tahun 2001. Stasiun ini mulai mengudara secara resmi pada 25 November 2001 dengan menghadirkan program hiburan dan berita sebagai fokus utama tayangannya. Namun, pada tahun 2006, Trans Corp yang dipimpin oleh Chairul Tanjung mengakuisisi mayoritas saham *TV7*. Perubahan kepemilikan ini membawa dampak signifikan, termasuk pergantian nama menjadi *Trans7* pada 15 Desember 2006.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan industri media, Kompas akhirnya turut beradaptasi dan mendirikan *KompasTV* sebagai saluran televisi berita. *KompasTV* secara resmi mengudara pada September 2011 dengan menjangkau 9 kota besar di Indonesia. Dalam perkembangannya hingga kini, jaringan *KompasTV* telah menjangkau lebih dari 100 kota di seluruh Indonesia.

Dengan perkembangan pesat hingga kini, *KompasTV* telah menegaskan posisinya sebagai salah satu media terkemuka di Indonesia. Menyajikan berita aktual menjadi rujukan masyarakat dalam mengakses informasi berkualitas. Komitmen sebagai televisi berita "Independen Terpercaya" terus dipegang teguh, dengan fokus pada kredibilitas dan pelayanan terbaik bagi publik.

Gambar 2.1 Logo *KompasTV*



KOMPASTV

2.1.1 Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi media terdepan pilihan rakyat yang inovatif, kreatif, dan inspiratif dengan sumber informasi terpercaya.

b. Misi

Menyajikan program berita yang kredibel, independen, serta menjadi acuan bagi para pengambil kebijakan.

KompasTV memiliki visi untuk menjadi media terdepan pilihan rakyat yang inovatif, kreatif, dan inspiratif. *KompasTV* sebagai televisi berita independen terpercaya mewujudkan visi tersebut melalui misi yakni menyajikan program berita yang kredibel, independen, serta menjadi acuan bagi para pengambil kebijakan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

2.2.1 Struktur Organisasi *KompasTV*

Pada sebuah perusahaan, terdapat struktur organisasi guna memastikan perusahaan berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku. *KompasTV* membagi menjadi 5 divisi sebagai berikut.

1. *Programming Directorate*
2. *News Directorate*
3. *Sales & Marketing TV Directorate*
4. *Broadcast Operation Directorate*
5. *Legal Division*

Gambar 2.2.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan KompasTV
Sumber: HRD KompasTV/Dokumentasi Perusahaan (2025)



2.2.2 Struktur Organisasi Divisi *Magazine KompasTV*

Saat ini, Penulis tergabung dalam News Directorate, tepatnya di lingkup kerja *News Gathering & Digital Division*. Secara umum, *News Directorate* berperan penting dalam mengarahkan penyajian program berita agar informasi yang disampaikan kepada publik bisa lebih tepat sasaran dan efisien. Selain itu, divisi ini juga mendorong kerja tim yang dinamis melalui struktur organisasi yang mendukung kompetisi sehat di antara kru redaksi, sekaligus memastikan kualitas tayangan berita tetap terjaga.

Adapun *News Gathering & Digital Division* berfokus pada pengumpulan informasi langsung dari lapangan serta pengolahan berita agar siap tayang, baik untuk platform televisi maupun digital. Di dalam divisi ini, terdapat sejumlah unit kerja dengan fokus program yang berbeda. Salah satunya adalah divisi buletin, yang bertanggung jawab atas produksi program *hard news* seperti “Sapa Indonesia Pagi” dan “Sapa Petang”. Sementara itu, unit lainnya yaitu divisi *magazine*, menangani program *non-hardnews* yang dibuat khusus untuk siaran langsung di kanal digital seperti YouTube atau media sosial. Umumnya, konten yang diproduksi dalam unit ini memiliki format *talk show*, contohnya adalah “Lantaran” dan “On Point with Adisty”.

Penulis melakukan pelaksanaan proses kerja magang sebagai *Production Assistant* di bawah penanggung jawab Anna Ariestania selaku *Original Content Lead* dan 7 Produser lain. Berikut struktur pimpinannya.

Original Content Lead (OC Lead) adalah orang yang bertanggung jawab dalam memastikan setiap program yang dipublikasi sesuai dengan standar *KompasTV*. Peran *Original Content Lead* dalam produksi konten digital mencakup pemberian arahan terhadap jalannya program serta pengambilan keputusan strategis untuk menjaga kualitas, akurasi, dan profesionalisme konten yang dihasilkan (Latief & Utud, 2017, p.123).

Produser adalah orang yang bertanggung jawab dalam mengelola, mengatur, dan mengawasi produksi yang ada di *Original Content*. Setiap satu produser akan bertanggung jawab pada satu program. Produser memiliki peran penting dalam mengawal seluruh tahapan produksi, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi, untuk memastikan bahwa penggunaan anggaran tetap terkendali dan proses kerja berjalan sesuai batas waktu yang telah ditentukan (Latief & Utud, 2017, p. 124).

Asisten Produser adalah orang yang akan membantu proses kerja Produser dalam mengelola dan mengawasi produksi di *Original Content* divisi *Magazine*. Seorang *Production Assistant* berperan mendukung kerja produser dalam seluruh

tahapan produksi, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi. *Production Assistant* juga bertanggung jawab menjalin koordinasi dengan tim teknis seperti *cameramen* dan *audioman*, serta memastikan seluruh kebutuhan teknis untuk tapping program digital terpenuhi dengan baik (Latief & Utud, 2017, p. 127).

Dalam praktik produksi konten, *campers* memiliki tanggung jawab utama dalam menghasilkan visual. Menurut Latief dan Utud (2017, p.120) *campers* menghasilkan visual sesuai dengan arahan konsep dan memenuhi standar teknis dan estetika. Peran ini menjadi krusial karena kualitas gambar yang dihasilkan sangat memengaruhi penyampaian pesan dalam tayangan.

Operator *vision mixer* (Vmix) bertugas memilih gambar dari berbagai kamera, mengatur transisi visual, dan memastikan tampilan siaran selaras dengan arahan sutradara. Peran ini membutuhkan koordinasi teknis yang baik agar proses siaran berjalan mulus (Latief & Utud, 2017, p. 120).

Secara garis besar, divisi ini bertugas untuk memproduksi konten berita yang tayang pada Digital *KompasTV* dengan fokus format *Podcast Talk show*.

Gambar 2.2 Bagan Struktur divisi *Magazine KompasTV*
Sumber: Fakhlevi/Dokumentasi Perusahaan (2025)

