

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT. Kompas Media Nusantara

Harian Kompas adalah salah satu surat kabar ternama di Indonesia yang mulai terbit pada 28 Juni 1965 di Jakarta. Media ini didirikan oleh dua tokoh terkemuka, yakni Petrus Kanisius (P.K.) Ojong dan Jakob Oetama, kemudian menjadi bagian dari Kompas Gramedia Group yang memiliki visi untuk menghadirkan informasi berkualitas dan dapat dipercaya bagi masyarakat luas. Dengan memiliki misi memberikan informasi yang berkualitas untuk mencerdaskan para pembacanya, media ini berkomitmen menghadirkan konten yang tepat, dapat diandalkan, dan sesuai kebutuhan pembaca dalam setiap artikel yang dipublikasikan. Dengan menyampaikan narasi yang menarik, Harian Kompas berusaha menjadi acuan utama bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi dan pengetahuan terbaru (Kompas.id, 2025).

Sebagai surat kabar yang memiliki reputasi tinggi, Harian Kompas berperan penting dalam menyajikan berbagai isu nasional maupun internasional secara mendetail dan komprehensif. Liputannya mencakup beragam topik yang relevan dan aktual, mulai dari dunia politik, perkembangan ekonomi yang terus berubah, persoalan sosial dan kebudayaan, hingga berita olahraga dan hiburan yang menarik perhatian publik. Melalui sajian berita yang akurat dan mendalam, Kompas terus mempertahankan posisinya sebagai sumber informasi tepercaya yang diandalkan oleh masyarakat Indonesia.

Sebagai perusahaan media besar di Indonesia, Harian Kompas berkomitmen untuk mempertahankan kualitas jurnalisnya. Upaya ini diwujudkan melalui proses rekrutmen yang selektif, untuk memastikan setiap jurnalis memiliki kompetensi dan integritas yang tinggi dalam menjalankan tugasnya. Harian Kompas juga aktif menjalin kolaborasi dengan berbagai mitra untuk melakukan riset dan kajian, hal ini bertujuan untuk terus meningkatkan standar jurnalisme di Indonesia, sehingga Kompas dapat memberikan informasi yang akurat dan kredibel kepada masyarakat luas (Kompas.id, 2025). Selain itu, dengan memiliki pendekatan yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan zaman, Harian Kompas berusaha menjaga relevansi serta mempertahankan nilai-nilai fundamental yang telah dibangun

selama puluhan tahun. Melalui komitmen ini, Harian Kompas berupaya untuk tetap menjadi sumber informasi yang tepercaya di tengah dinamika industri media yang terus berubah.

Bermula sebagai media cetak, Harian Kompas sekarang telah berkembang menjadi sebuah media multi-platform yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital guna memperluas jangkauan audiens. Sebagai salah satu pelopor media modern di Indonesia, Harian Kompas tidak hanya berfokus pada penerbitan cetak tradisional, tetapi juga mengelola berbagai platform digital, termasuk situs web Kompas.id dan aplikasi berita khusus yang dirancang untuk memberikan kemudahan akses informasi kepada pembaca di era digital yang serba cepat. Melalui Kompas.id, para pengguna dapat menikmati layanan berita premium yang menyajikan informasi secara lebih mendalam, dilengkapi dengan beragam fitur unggulan. Beberapa di antaranya adalah e-paper yang mempermudah pembaca dalam menikmati edisi digital koran Kompas, serta konten multimedia interaktif yang menghadirkan pengalaman membaca yang lebih menarik (Sodikin, 2018).

2.2 Visi Misi PT. Kompas Media Nusantara

PT Kompas Media Nusantara mempunyai komitmen untuk menjadi penyedia informasi yang terpercaya dan inspiratif. Dalam mewujudkan komitmen tersebut, perusahaan telah merumuskan visi, misi, dan nilai-nilai budaya yang menjadi fondasi utama dalam setiap langkah dan aktivitas yang dilakukan. Visi ini berfungsi sebagai arah tujuan dalam mengembangkan seluruh kegiatan perusahaan. Visi PT Kompas Media Nusantara adalah:

"Menjadi institusi yang memberikan pencerahan bagi kemajuan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat, serta mengutamakan prinsip dan nilai kemanusiaan."

Visi tersebut menunjukkan bahwa PT Kompas Media Nusantara turut berkontribusi secara aktif dalam mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan mendorong kemajuan, dengan mengutamakan prinsip-prinsip kemanusiaan dan penghormatan terhadap nilai-nilai demokrasi. Melalui visi tersebut, PT Kompas Media Nusantara terus berupaya untuk menjaga kepercayaan publik dengan menghadirkan informasi yang berkualitas dan relevan, sejalan dengan kebutuhan masyarakat dan

perkembangan zaman. Untuk mencapai visinya, PT Kompas Media Nusantara juga memiliki misi, yaitu:

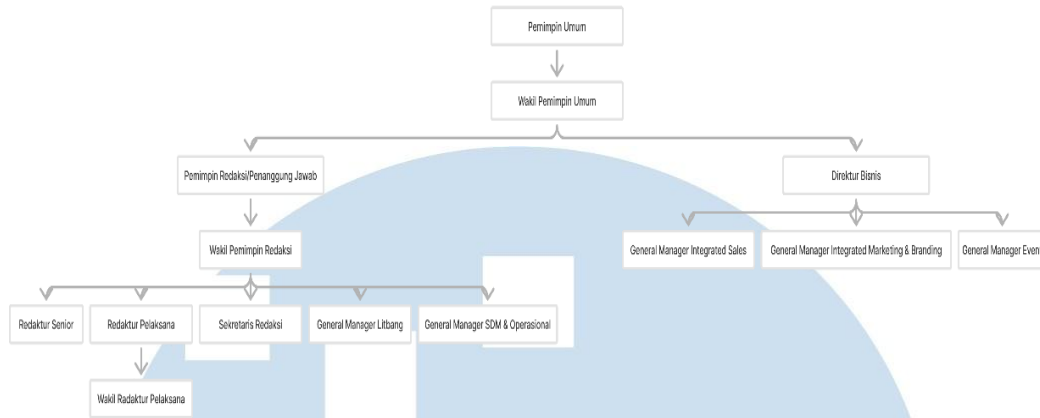
“Menanggapi dinamika masyarakat secara profesional serta menjadi pelopor perubahan dengan menyajikan dan mendistribusikan informasi yang tepat dan kredibel.”

Nilai-nilai budaya perusahaan menjadi pedoman utama bagi seluruh karyawan PT Kompas Media Nusantara dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka. *Caring, Credible, Competent, Competitive, dan Customer Delight* adalah lima prinsip utama yang mendasari setiap operasi bisnis. Dengan menerapkan visi, misi, dan budaya kerja ini, PT Kompas Media Nusantara terus berupaya beradaptasi dengan perubahan zaman, baik dalam hal teknologi dan dinamika sosial. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat tetap relevan dan memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat luas. Selain itu, penerapan budaya kerja yang konsisten ini juga menjadi fondasi dalam mempertahankan posisi PT Kompas Media Nusantara sebagai media yang kredibel, profesional, dan terpercaya di Indonesia (Kompas.id, 2025).

2.3 Struktur Organisasi PT. Kompas Media Nusantara

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana interaksi kerja terjadi di dalam lingkungan di Harian Kompas, sekaligus memahami berbagai koneksi khusus yang terbentuk berdasarkan kedudukan dan tanggung jawab yang berlaku di dalam lingkungan tersebut, berikut representasi visual berupa struktur organisasi Harian Kompas. Representasi ini dimaksudkan untuk menyajikan pemahaman yang sistematis terkait hubungan kerja serta dan alur koordinasi yang berlangsung.

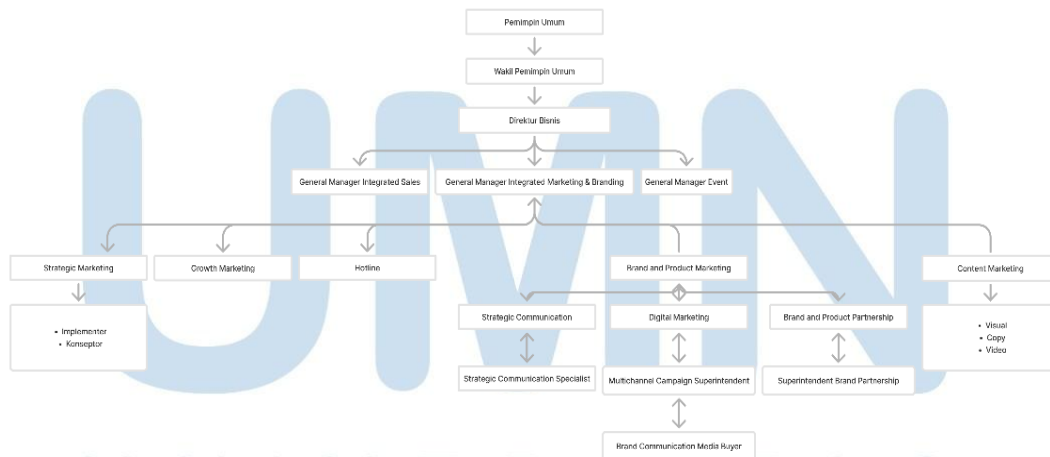
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.1 Struktur Perusahaan PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas)

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Selama menjalani magang di Harian Kompas, penulis ditempatkan pada Divisi Integrated Marketing and Branding, yang berada di bawah naungan Departemen Brand and Product Marketing yaitu pada bagian Digital Marketing. Struktur organisasi dari Departemen Brand and Product Marketing, gambar berikut menyajikan penjabaran lebih detail mengenai peran dan tanggung jawab dari masing-masing bagian.



Gambar 2.2 Struktur Divisi Integrated Marketing and Branding PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas)

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Departemen Brand and Product Marketing bertanggung jawab merancang, mengelola, dan mengoptimalkan strategi komunikasi serta kampanye pemasaran untuk memperkuat citra dan eksistensi di Harian Kompas. Departemen ini terdiri atas tiga bagian utama yang memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Bagian Strategic Communication berperan dalam menyusun dan mendistribusikan brief kampanye berdasarkan permintaan product owner. Bagian ini juga mengoordinasikan kebutuhan kampanye dengan tim Content, Visual, dan Digital Marketing. Bagian Digital Marketing berperan dalam menjalankan kampanye melalui berbagai kanal komunikasi seperti Meta Ads dan Google Ads. Bagian ini juga memastikan eksekusi kampanye sesuai brief dari Strategic Communication. Bagian Brand and Product Partnership berperan dalam mengatur dan memastikan kelancaran kerja sama event. Bagian ini juga mengelola permintaan kerja sama di Harian Kompas dan memastikan kehadiran branding Kompas dalam berbagai event potensial seperti company visit kampus, office tour ke kantor, dan inisiatif kemitraan lainnya.

