

BAB II

GAMBARAN UMUM KOMPAS.COM

2.1 Tentang Kompas.com

Kompas.com merupakan salah satu pionir dari media *online* di Indonesia yang lahir dengan sebutan Kompas *Online* yang lahir pada 14 September 1995. Kompas *Online* diakses pada Kompas.co.id yang menyajikan berita-berita harian. Kompas *Online* hadir untuk menjangkau bagian wilayah Indonesia yang memang sulit untuk mendapatkan fisik dari berita harian terbitan Kompas, sehingga dengan adanya Kompas *Online* mereka dapat membaca berita harian dengan cepat dan juga di mana saja. (About Us, n.d.)

Dengan melihat dunia digital yang semakin berkembang, Kompas ingin melayani para pembaca dengan semakin maksimal dengan mengubah situs Kompas *Online* menjadi www.kompas.com yang berada di bawah naungan PT Kompas Cyber Media atau disingkat dengan sebutan KCM. Pada perkembangan ini berita-berita yang disajikan lebih cepat ter-*update* dan cepat sampai kepada para pembaca. (About Us, n.d.)

KCM melakukan *rebranding* dirinya menjadi Kompas.com pada 29 Mei 2008. Kompas.com hadir dengan banyak perkebangan untuk para pembacanya, salah satunya dengan menyajikan beragam kanal yang dapat dipilih sesuai dengan kategori berita yang ingin dibaca. Kanal-kanal tersebut antara lain Nusaraya, Tekno, Otomotif, Bola, *Lifestyle*, Tren, Lestari, *Health*, *Money* dan lain-lain. (About Us, n.d.)

Kompas.com memiliki *tagline* 'Jernih Melihat Dunia' yang memiliki arti segala berita dalam platform Kompas.com hadir untuk memperjelas suatu sudut pandang, menghormati segalam perbedaan, dan menumbuhkan harapan untuk masa depan. Kompas.com selalu memberikan perubahan untuk memberikan yang terbaik dengan selalu mengikuti perkembangan zaman. Saat ini Kompas.com menjadi wadah yang banyak dipercaya oleh masyarakat Indonesia. (About Us, n.d.)

Beberapa penghargaan yang didapatkan oleh Kompas.com sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penghargaan Kompas.com

Tahun	Penghargaan
2010	Kompas.com - WAN IFRA Silver Award – Best in Social Media
2011	Kompas.com - WAN IFRA Silver Award – Best in Online Media
2012	Kompas.com - Indonesia Brand Champion Award - Brand Champion of Content Provider: Most Popular Online News Provider Brand Kompas.com Dian Award - Kementerian Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak Media Inspirasi Perempuan Indonesia kategori Media Online
2014	Kompas.com - Digital Marketing Award – Great Performing Website (Category: News Portal)
2015	Kompas.com - Anugerah Adinegoro dalam rangka Hari Pers Nasional Kompas.com - Hassan Wirajuda Award - Kementerian Luar Negeri RI : Terbaik Kategori A (Jurnalis/Media)
2016	Kompas.com – Influential Brands – Top Brand Online News Platform Kompas.com - Digital Marketing Award– Great Performing Website (Category: News Site) Kompaskarier.com – Influential Brands – Top Brand Online Job Search Pijaru – Festival Film Indonesia – Pemenang Piala Citra kategori Film Animasi Terbaik (Surat Untuk Jakarta) Pijaru – Hellofest Award – Best Picture (Surat Untuk Jakarta) Pijaru – Piala Maya – Dokumenter Pendek Terpilih (Teater Tanpa Kata: Sena Didi Mime)
2017	Kompas.com – WOW Brand Award – Gold Champion (News Website Category) Kompas.com–Superbrands - Superbrands Special Award (Online News Category) Kompas.com - Anugerah Jurnalistik MH Thamrin – 3rd place (Online Feature Category) Kompas.com - Anugerah Jurnalistik MH Thamrin – 3rd place (Sports Feature Category) VIK (Visual Interaktif Kompas) – Bubu Awards v.10 – Best Website Award (News / Entertainment Category) VIK (Visual Interaktif Kompas) – WAN IFRA Silver Award – Best Innovation New Product
2018	Kompas.com – WOW Brand Award – Bronze Champion (Online News Portal) Kompas.com - Superbrands Indonesia (Trusted Online News) Kompas.com - Sertifikasi Jaringan Internasional Penguji Informasi (International Fact-Checking Network/ IFCN)
2019	Kompas.com - WOW Brand Award (News website) Kompas.com -Superbrands Award (Trusted Online Media)

Sumber: About Us Kompas.com (n.d.)

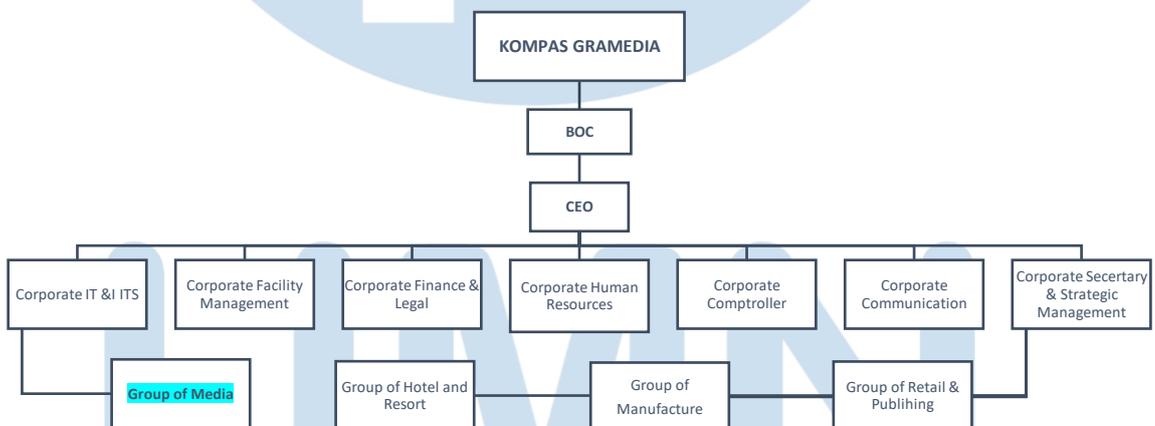
2.2 Visi Misi Kompas Gramedia

Kompas Gramedia sebagai salah satu perusahaan multi-industri yang besar di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

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.

2.3 Struktur Organisasi Kompas Gramedia dan Kompas.com

Kompas Gramedia adalah merupakan sebuah perusahaan multi-industri yang sudah berdiri sejak tahun 1963. Sampai saat ini Kompas Gramedia memiliki berbagai macam bisnis. Dengan pilar-pilar yang diyakini yaitu media, ritel dan penerbitan, perhotelan, manufaktur, penyelenggara *event*, edukasi, properti, hingga digital. Dengan susunan organisasi seperti berikut:



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Kompas Gramedia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Kompas Gramedia yang memiliki *functional unit* yang memiliki peran untuk memantau efektivitas dan juga efisiensi yang berkaitan dengan operasional perusahaan. *Functional Unit* yang dimiliki oleh Kompas Gramedia:

1. Corporate IT & ITS

Sebagai *functional unit*, corporate IT & ITS harus menyediakan serta melakukan pengelolaan teknologi yang digunakan oleh perusahaan termasuk melakukan pengembangan *hardware* dan *software* yang akan mendukung perkembangan dan segala proses yang ada di perusahaan.

2. Corporate Facility Management

Function Unit ini berperan untuk mengelola serta memastikan segala fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan berjalan sesuai dengan fungsinya dan efektif. Selain itu *corporate facility management* juga memiliki peran penting untuk perusahaan dengan menjaga aset fisik, lingkungan kerja dan melakukan pemeliharaan dengan segala fasilitas.

3. Corporate Finance

Unit ini berperan sebagai pengendali *cash budget* yang dimiliki oleh perusahaan dengan melakukan perencanaan serta pembuatan anggaran perusahaan secara keseluruhan. Corporate Finance juga harus memiliki strategi yang baik kedepannya agar mampu bersaing di pasar global dan juga pastinya untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan.

4. Corporate Human Resources

Functional Unit ini akan membuat perencanaan sumber daya manusia (SDM) yang berada di dalam perusahaan. Selain melakukan itu Human Resource akan fokus untuk mengembangkan SDM.

5. Corporate Comptroller

Functional unit ini berfungsi sebagai pengendalian serta pengawasan keuangan. Unit ini juga menjadi konsultan dengan perpajakan untuk Kompas Gramedia. Selain itu Corporate Comptroller juga melakukan evaluasi stabilitas dan kesehatan keuangan yang ada di perusahaan.

6. Corporate Communication

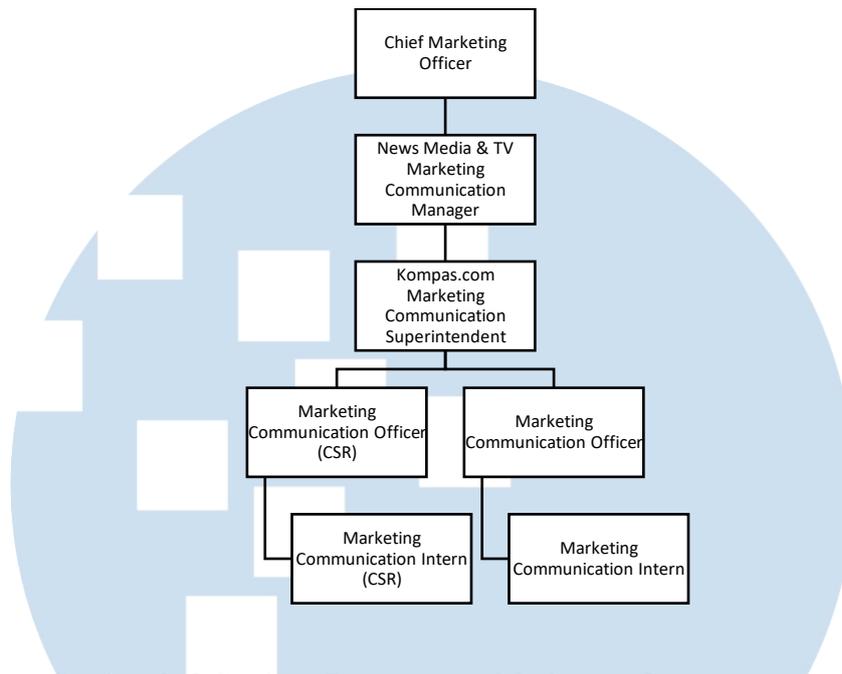
Unit ini memiliki tugas untuk membangun dan memelihara citra positif perusahaan sesuai dengan visi dan misi serta image yang dibentuk oleh perusahaan.

7. Corporate Secretary & Strategic Management

Unit ini memiliki peran dalam penyusunan strategi *business unit* Kompas Gramedia agar seluruh target yang sudah dibuat tercapai.

Selain itu Kompas Gramedia juga memiliki *business unit* yang memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan kepada perusahaan (*profit center*). Salah satu unit bisnis yang dimiliki oleh Kompas Gramedia adalah *Group of Media* yang mencakup berbagai platform, termasuk Kompas.com. Sebagai salah satu portal berita terbesar di Indonesia, Kompas.com tidak hanya berperan dalam menyajikan informasi aktual, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi pemasaran perusahaan. Kompas.com bekerja sama dengan berbagai anak perusahaan atau mitra bisnis yang bergerak di bidang riset pemasaran, humas, periklanan, rekrutmen, serta promosi penjualan. Semua aspek ini dikelola dalam departemen Marketing Communication, yang bertanggung jawab untuk membangun citra brand, menjangkau audiens yang lebih luas, dan mengoptimalkan strategi pemasaran melalui berbagai kanal media yang dimiliki oleh Kompas Gramedia.

U M W N
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. 2 Struktur Departemen *Marketing Communication*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Berdasarkan struktur organisasi di atas, berikut penjelasan masing-masing *job description*:

A. Chief Marketing Officer

Dian Gemiano selaku Chief Marketing Officer memimpin seluruh strategi pemasaran secara besar dalam perusahaan. Serta bertanggung jawab, mengarahkan, dan mengawasi tim untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan. Selama proses kerja magang mahasiswa tidak bersinggungan langsung dengan CMO, seluruh pekerjaan akan melalui Superintendent yang langsung berkomunikasi serta berinteraksi dengan Chief Marketing Officer.

B. News Media & TV Marketing Communication Manager

Deasy Diansari selaku News Media & TV Marketing Communication Manager mengembangkan serta mengelola strategi komunikasi pemasaran yang ada di media dan televisi. Mengawasi setiap proses strategi komunikasi yang dijalankan. Selain itu juga menganalisis efektivitas dari setiap strategi komunikasi yang dijalankan dengan selalu melakukan

evaluasi secara detail dan menyeluruh. Mahasiswa magang tidak berinteraksi secara runtutan pekerjaan, namun beberapa kali tetap berinteraksi pada saat evaluasi hasil brainstorming dalam satu *campaign*.

C. Marketing Communication Superintendent

Mohammad Zainal selaku Superintendent memiliki tanggung jawab atas komunikasi pemasaran yang dijalankan pada Kompas.com. Mengelola dan juga mengeksekusi strategi pemasaran seperti konten, iklan, dan juga strategi pemasaran lainnya. Selain itu Superintendent juga menjadi pembimbing lapangan yang akan menilai kinerja para mahasiswa yang sedang menjalankan program magang pada Divisi Marketing Communication di Kompas.com.

D. Marketing Communication Officer (CSR).

Marketing Communication Officer (CSR) yaitu Sari Kriswahyu memiliki tugas untuk mengelola dan menjalankan semua strategi komunikasi pemasaran yang berhubungan dengan *corporate social responsibility*. Berinteraksi serta menjalin hubungan yang baik dan positif kepada perusahaan dengan para stakeholders dan juga dengan komunitas. Selain itu pastinya membuat evaluasi program CSR yang sudah dijalankan. Selama proses magang mahasiswa berhubungan dengan CSR Officer untuk berkomunikasi mengenai *merchandise* yang dibutuhkan untuk suatu acara.

E. Marketing Communication Officer.

Zakiah Dwi Rara, Nadya Audry, Rahmi Izati, Muhammad Syifa, Fahzri Rahmansyah, sebagai Marketing Officer memiliki tugas untuk mengelola serta menjalankan komunikasi pemasaran umum baik internal perusahaan ataupun eksternal. Menyusun serta melakukan eksekusi untuk *campaign* perusahaan yang efektif dan tepat sasaran sesuai dengan tujuan *campaign*. Mengelola *campaign* yang dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi digital. Officer yang ada akan memberikan pekerjaan harian diberikan tanggung jawabnya kepada mahasiswa magang yang ada.

F. Marketing Communication Intern

Membantu tim komunikasi pemasaran dalam berbagai tugas seperti proses menyusun dan juga mengeksekusi sebuah *campaign*. Mendukung segala proses pembuatan konten seperti artikel, media sosial, dan juga materi promosi lainnya. Tugas utamanya adalah bertanggung jawab atas segala pekerjaan yang diberikan oleh Marketing Communication Officer.

