

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Grid Network

Grid Network merupakan perusahaan media yang bergerak di bidang *publishing* dan sudah memiliki rekam jejak panjang di dalam industri media di Indonesia. Perusahaan ini memproduksi dan mendistribusikan berbagai konten, mulai dari berita hiburan, gaya hidup, hingga informasi relevan lainnya di seluruh Indonesia. Sebelumnya, Grid Network dikenal dengan nama Gramedia Majalah, tetapi nama tersebut diubah pada tahun 2019. Perubahan nama tersebut dilakukan perusahaan untuk memasuki era digitalisasi.

Tantangan digitalisasi tersebut membuat Grid Network memperluas jangkauannya ke platform digital dengan menghadirkan konten-konten atau bacaan yang mudah diakses oleh masyarakat Indonesia kapan saja dan di mana saja. Majalah digital atau E-magz yang diproduksi oleh Grid Network adalah NOVA, Intisari, Otomotif, National Geographic Indonesia, Saji, Bobo, dan Mombi. Selain majalah digital, Grid Network juga masih memproduksi majalah *print* dan mengelola *website* untuk setiap majalahnya.

Majalah-majalah tersebut adalah Gridoto.com, Otomania.com, Otomotif, OtoRace, JIP, Otoseken.id, Grid Motor, Otorace.id, Motorplus Online, OtoFemale.id, FotoKita, IDEA, Intisari, HAI online, NOVA, Grid.Id, GridHot.id, Gridstar, Sosok.id, Stylo.id, wiken.id, Gridhype.id, Gridpop.id, Cewekbanget.id, GridHealth.id, Nakita.id, GridHealth.id, Nextren.com, BolaSport.com, Superball.id, GridGames, Juara.net, BolaStylo.id, National Geographic Indonesia, Nat Geo Kids, Info Komputer, Bobo, Saji, Sajian Sedap, dan Make and Mac.

2.1.2 Visi Misi Grid Network

Sebagai bagian dari KG Media, Grid Network tetap berkomitmen untuk menjadi *multi-platform media* terdepan di Indonesia. Komitmen tersebut terlihat melalui slogannya, “The Enthusiast Hub”, yang mencerminkan Grid Network sebagai media untuk beragam komunitas.

Terdapat juga visi dan misi dari Grid Network yang menjadi landasan perusahaan. Visinya adalah “Menjadi kelompok usaha penyedia gagasan untuk kehidupan bangsa Indonesia yang lebih baik, terbesar, terdepan, dan berkesinambungan, melalui penyediaan informasi, produk dan layanan dalam bentuk beragam media serta industri yang inovatif.”

Untuk mendukung visi tersebut, Grid Network mempunyai misi, yaitu “Kami menjalankan setiap upaya secara antusias, dinamis, dan menghargai keterbukaan dalam keberagaman.”



Gambar 2.1 Logo Grid Network

Sumber: Website Perusahaan Grid Network (2025)

2.2 Tentang Majalah Bobo

Majalah Bobo merupakan majalah yang ditargetkan untuk audiens anak-anak di Indonesia. Majalah Bobo sudah diterbitkan sejak tahun 1973 oleh Kompas Gramedia dengan ciri khas sebagai majalah berwarna pertama di Indonesia. Majalah Bobo memiliki slogan “Teman Bermain dan Belajar” dengan menyuguhkan berbagai fakta-fakta unik, cerita dongeng, dan teka-teki yang menyenangkan untuk anak-anak (Hardiantoro & Pratiwi, 2023).

Majalah Bobo merupakan adaptasi dari majalah anak-anak asal Belanda dengan nama yang sama. Majalah ini dibawa ke Indonesia oleh pendiri Harian Kompas, P.K. Ojong dan Jakob Oetama, yang saat itu tengah mengembangkan majalah khusus untuk anak-anak. Pada awal penerbitannya, isi Majalah Bobo masih mengikuti versi Belanda, dengan penyesuaian pada nama-nama tokoh agar lebih akrab bagi pembaca Indonesia. Edisi perdananya terbit dalam format mirip koran dengan jumlah 16 halaman. Seiring waktu, seluruh konten dikembangkan secara mandiri oleh tim redaksi Indonesia, dengan penyesuaian budaya agar lebih relevan bagi anak-anak di Indonesia.

Untuk menghadapi tantangan di era digital, pada tahun 2012 Majalah Bobo hadir dalam format digital melalui situs bobo.grid.id, yang menyajikan berbagai artikel hiburan dan pengetahuan untuk anak-anak. Selain itu, Majalah Bobo juga tersedia dalam bentuk *e-magazine* di *platform* Gramedia Digital, sehingga pembaca dapat mengakses majalah kapan saja dan di mana saja. Saat ini, Majalah Bobo juga aktif di berbagai kanal media sosial seperti Instagram, Facebook, X (sebelumnya Twitter), dan YouTube, yang digunakan untuk mempromosikan majalah, mengumumkan *event*, serta menampilkan kolaborasi dengan berbagai *brand*. Khusus untuk kanal YouTube, pengelolaannya dilakukan langsung oleh Tim Redaksi, dengan konten yang disesuaikan untuk anak-anak.



Gambar 2.2 Logo Majalah Bobo

Sumber: Website Majalah Bobo (2025)

2.3 Tentang Media Nakita

Nakita adalah salah satu media yang berada dibawah Departemen Parapuan di Grid Network. Nakita merupakan *platform* media digital yang membahas seputar topik *parenting*, kehamilan, kesehatan ibu dan anak, dan kehidupan keluarga.

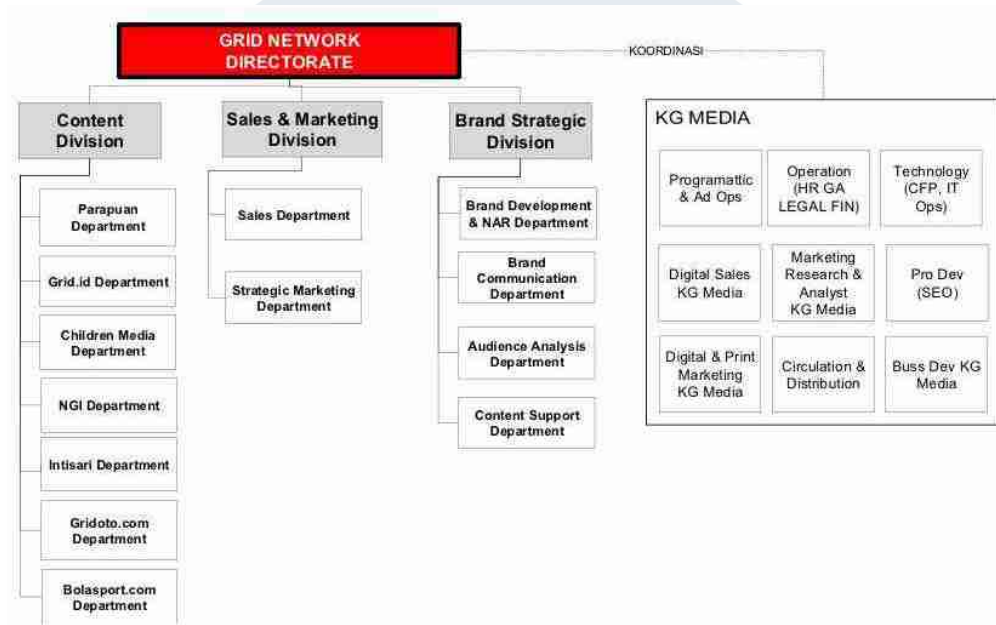
Nakita didirikan pada tahun 1999 yang hadir dalam bentuk tabloid cetak yang menyajikan informasi seputar ibu dan anak. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumsi media, Nakita bertransformasi menjadi platform digital dengan nama Nakita.id. Transformasi ini memungkinkan Nakita untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menyajikan berbagai konten yang lebih kreatif dan beragam. Nakita juga aktif di berbagai media sosial dengan konten-konten yang relevan seperti Instagram, TikTok, dan Facebook dengan nama Nakita.id, hal tersebut dilakukan agar lebih bisa menjangkau dan berinteraksi dengan audiensnya.



Gambar 2.3 Logo Media Nakita

Sumber: Website Media Nakita (2025)

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Grid Network

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Berbagai departemen tersebut menjalankan fungsi dan perannya masing-masing dari segala hal yang berkaitan di Grid Network. Penulis tergabung sebagai Divisi *Digital Marketing Communications* yang berada pada *Content Division* khususnya di bagian Departemen Perempuan dan Departemen Media Anak. Divisi *Digital Marketing Communications* bertugas untuk merancang, mengelola, dan mengeksekusi strategi komunikasi digital guna meningkatkan *brand awareness*, *customer loyalty*, dan *engagement* konten dari kedua departemen tersebut. Tugas ini mencakup pengelolaan media sosial, perencanaan kampanye baik secara digital maupun konvensional, kolaborasi dengan tim desain grafis untuk promosi konten, serta analisis performa digital untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat menjangkau audiens secara efektif.