

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Grid Network



(Gambar 2.1 Logo Perusahaan)

(Sumber : Logopedia)

Grid *Network* sebelumnya dikenal sebagai Gramedia Majalah atau Kompas Gramedia *Group of Magazine* yang merupakan unit usaha di bidang media yang bergerak dalam produksi serta distribusi berita, hiburan dan gaya hidup kepada pembaca di Indonesia. Grid *Network* berperan dalam mengelola berbagai media termasuk majalah, komik dan *platform digital*. Perusahaan ini didirikan sebagai divisi majalah pada tahun 1992 hingga akhirnya bertransformasi menjadi Grid *Network* pada tahun 2018. Grid *Network* berada di bawah naungan KG Media sejak tahun 2018 setelah sebelumnya menjadi bagian dari Kompas. Grid *Network* juga mengelola penerbit komik seperti m&c Comics dan Bobo yang sebelumnya berada di bawah Gramedia Publishers. Beberapa media yang dikelola oleh Grid *Network* antara lain Grid.id, Parapuan, GridOto.Com, *National Geographic* Indonesia dan lain sebagainya.

Dalam perjalanannya, Grid *Network* memiliki beberapa slogan yaitu :

- 2018-2020 : *Delivering Ideas*
- 2020 - 2022 : *Touch, Real, Audience*
- 2023 - sekarang : *The Enthusiast Hub*

Saat ini perusahaan dipimpin oleh Lilik Oetama sebagai Chairman dan Dahlan Dahi sebagai CEO dengan kantor pusat yang berlokasi di Jl. Gelora VII, Tanah Abang, Jakarta Pusat.

2.2 Visi Misi Grid Network

Sebagai bagian dari Kompas Gramedia yang berfokus pada media berbasis majalah, Grid Network memiliki visi dan misi sebagai berikut :

VISI

Menjadi grup usaha terdepan yang menghadirkan inovasi demi kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat Indonesia.

MISI

Menyediakan informasi, produk dan layanan dalam format yang relevan di berbagai media dengan semangat dinamis, menghargai keberagaman serta terus berinovasi untuk menciptakan dampak positif dan solusi berkelanjutan.

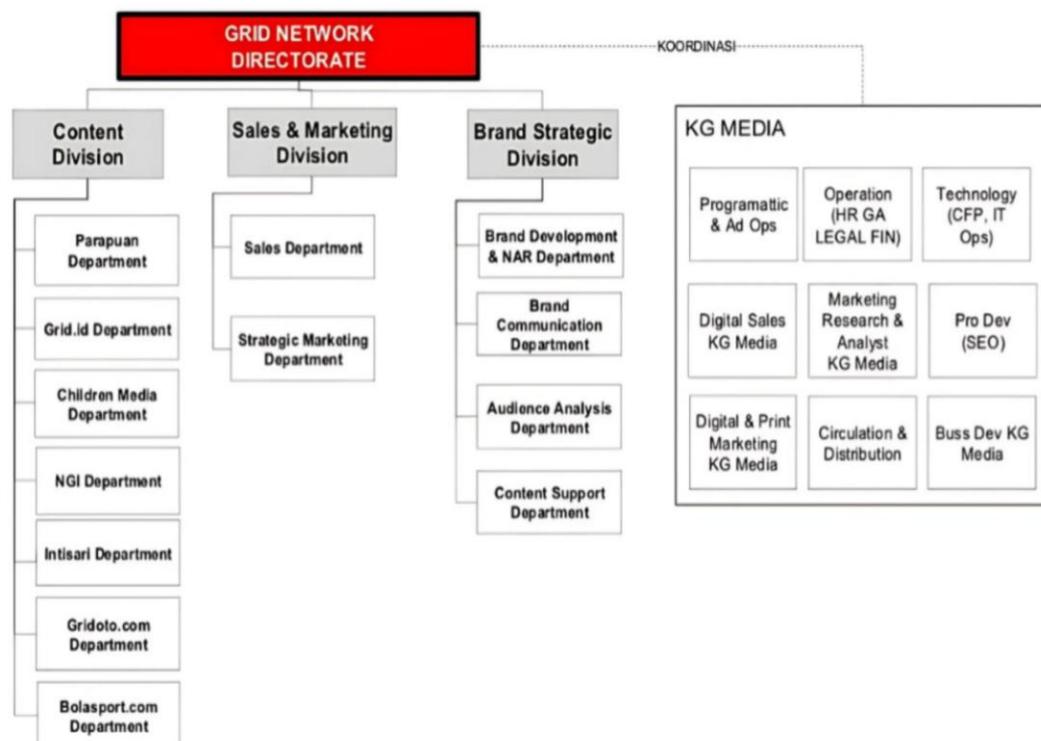
2.3 Struktur Organisasi Grid Network

Struktur organisasi pada perusahaan *Grid Network* (Kompas Gramedia) terdiri atas beberapa divisi utama yang saling berkoordinasi untuk mendukung kegiatan operasional dan strategis dari perusahaan. Secara umum struktur organisasinya terbagi menjadi tiga divisi utama yaitu *Content Division*, *Sales & Marketing Division* dan *Brand Strategic Division*, masing-masing dari divisi tersebut memiliki unit kerja dengan peran yang lebih spesifik. Dalam gambar berikut juga terdapat struktur organisasi dari KG Media sebagai induk perusahaan yang mendukung fungsi-fungsi penunjang seperti teknologi, keuangan, legal hingga distribusi konten.

Pada struktur organisasi ini, posisi tertinggi dijabat oleh *Deputy Managing Director*. Masing-masing divisi dikelola oleh *General Manager* yang memimpin unit-unit di bawahnya seperti *Editor in Chief* dan lainnya untuk media Parapuan, Grid.id, *National Geographic* Indonesia, GridOto.Com dan lainnya. Sebagai pemegang dari Divisi *Marketing Communication*, Pemegang berada di bawah koordinasi langsung dari tim *Strategic Marketing*. Dalam kesehariannya, pemegang

bertugas membantu menyusun brief konten, membuat *copywriting* untuk media sosial dan membantu pelaksanaan *event*.

Struktur organisasi ini memungkinkan setiap unit untuk bekerja secara terintegrasi dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan dengan peran pemegang yang turut mendukung kelancaran aktivitas *Marketing Communication* di Grid Network (Kompas Gramedia).



(Gambar 2.2 Susunan Organisasi Perusahaan)

(Sumber : Grid Network)

Divisi *Strategic Marketing* bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pemasaran yang sedang maupun akan dijalankan oleh perusahaan. Dengan tanggung jawab yang meliputi pembuatan dan pengelolaan konten promosi di media sosial seperti *Instagram* dan lainnya serta perencanaan dan pelaksanaan berbagai event perusahaan untuk meningkatkan brand awareness dan menjangkau target audiens.

Berikut masing-masing job description pada Divisi *Strategic Marketing* dan hubungannya dalam proses kerja magang :

A. Marketing Communication

Bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengelola strategi komunikasi pemasaran termasuk kampanye media sosial dan materi iklannya.

B. Brand Activation

Menyelenggarakan aktivitas pemasaran yang lebih fokus pada pengalaman konsumen seperti *event* dan promosi untuk meningkatkan interaksi audiens dengan brand.

C. Community

Bertugas untuk membangun dan memelihara hubungan dengan komunitas (audiens) melalui media sosial dan platform lainnya.

D. Design Grafis

Menciptakan desain visual untuk mendukung materi pemasaran seperti banner, iklan digital dan konten di media sosial dengan elemen visual merek yang menarik dan konsisten.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA