

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Kompas TV

Kompas TV merupakan bagian dari industri media nasional yang mengungkap komitmen kuat dalam menyajikan tayangan televisi yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan inspirasi serta pengetahuan bagi seluruh masyarakat Indonesia. Berkesinambungan dengan visi dan misinya, Kompas TV menghadirkan beragam program berkualitas tinggi yang mencakup kategori berita (*news*), petualangan (*adventure*), pengetahuan (*knowledge*), dan juga hiburan (*entertainment*) dengan mengemas pendekatan yang dalam serta tayangan bermutu.

Sebagai pelopor di industri penyiaran, Kompas TV menjadi stasiun televisi berbayar pertama di Indonesia yang menghadirkan konten dengan resolusi *high definition* (HD), di mana langkah ini menunjukkan komitmen Kompas TV dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dengan secara bertahap beralih ke sistem televisi digital yang mengikuti standar internasional.

Dalam menghadapi persaingan di dunia televisi komersial, Kompas TV tetap teguh memegang prinsip untuk menjadi stasiun yang informatif dan inspiratif. Melalui program-program yang relevan, edukatif, dan menarik, Kompas TV hadir sebagai agen perubahan sosial yang memiliki andil dalam membentuk karakter dan moral bangsa. Didukung oleh jaringan Kompas Gramedia Group dan menjunjung tinggi mottonya, "*Enlightening People*", Kompas TV mengandalkan sumber daya manusia yang profesional, kompeten, dan berdedikasi tinggi.

2.2 Visi dan Misi Kompas TV

Visi: Menjadi media terdepan yang terpercaya, inovatif, kreatif, dan inspiratif.

Misi: Menyajikan berita yang kredibel, independen, dan menjadi acuan bagi pengambil kebijakan.

Logo Perusahaan

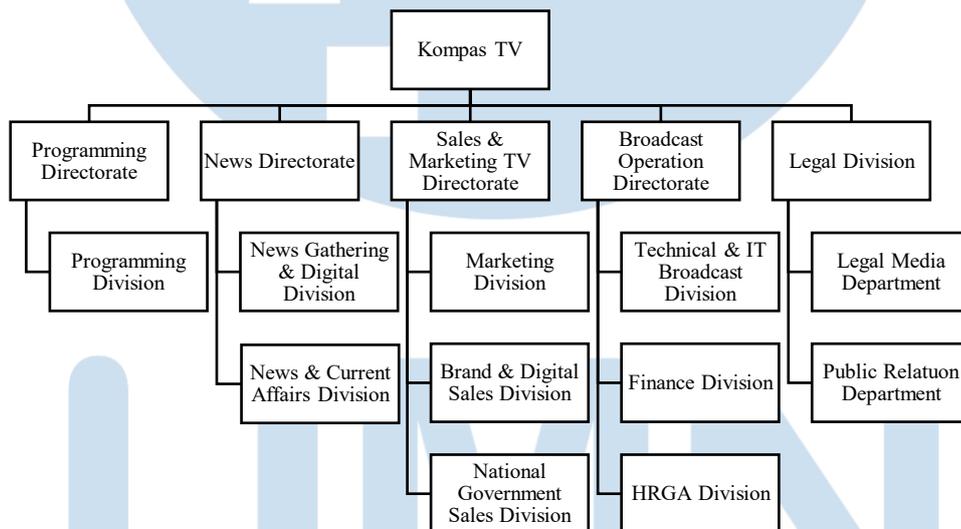


Gambar 2. 1 Logo Kompas TV

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

2.3 Struktur Organisasi Kompas TV

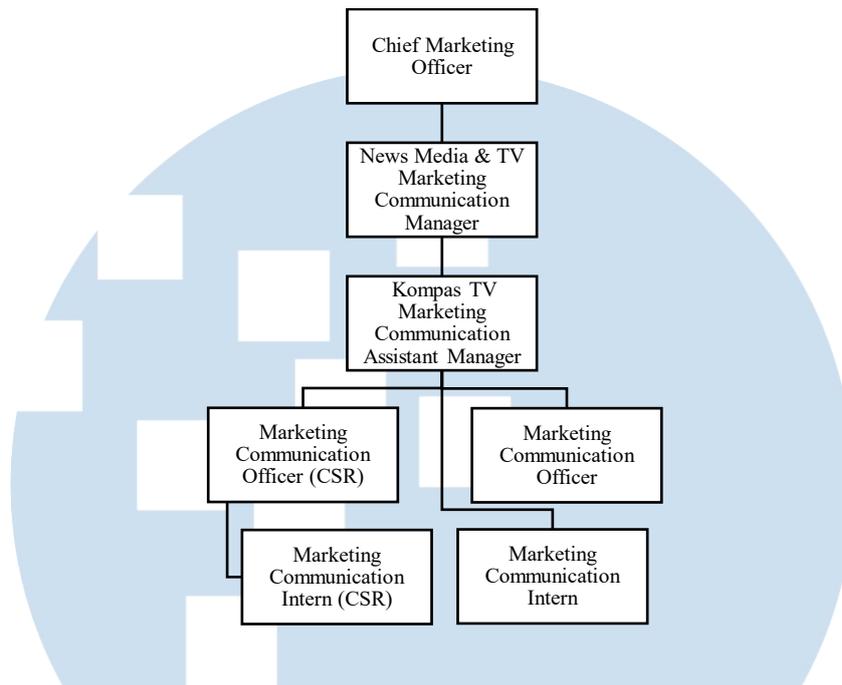
Kompas TV sebagai salah satu stasiun televisi yang berada di Indonesia tentunya memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi dari Kompas TV adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Kompas TV

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2. 3 Struktur Departemen Marketing Communication Kompas TV

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Departemen *Marketing Communication* bertanggung jawab menjadi komunikator yakni penghubung antara satu pihak ke pihak lain dengan memastikan berbagai kebutuhan bisa terpenuhi yang disesuaikan sesuai dengan SOP yang berlaku dari tahap perencanaan sampai ke eksekusi. Berikut merupakan *job desc* dari Departemen *Marketing Communication* dalam hubungannya dengan proses kerja magang:

A. Marketing Communication Manager

Marketing Communication Manager memiliki tanggung jawab dalam mengoordinasikan strategi pemasaran, tujuan dari hal ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang harus dilakukan dalam memasarkan berbagai produknya. Marketing Communication Manager juga memiliki peran dalam mengatur *budget* untuk setiap kampanye maupun *event program*, gunanya untuk memastikan setiap kampanye memiliki tujuan yang jelas.

Pada saat aktivitas kerja magang berlangsung, Marketing Communication Manager memberikan arahan secara langsung kepada Marketing Communication Assistant Manager yang kemudian akan di olah kembali untuk

disampaikan. Tugas yang diberikan disampaikan secara paralel dan akan disampaikan secara langsung apabila ada keperluan mendadak dari media partner maupun arahan yang disampaikan dari atasan.

B. Marketing Communication Assistant Manager

Dalam tugasnya, Marketing Communication Assistant Manager membantu Marketing Communication Manager dalam memasarkan, mengelola, dan melaksanakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan menarik audiens. Ini meliputi pembuatan konten, pengelolaan media sosial, serta koordinasi acara promosi. Marketing Communication Assistant Manager juga memiliki peran dalam mengatur *budget* untuk setiap kampanye maupun *event program* yang akan dan sedang berjalan.

Pada saat aktivitas kerja magang berlangsung, Marketing Communication Assistant Manager memberikan arahan langsung lewat briefing yang disampaikan melalui *online* maupun *offline* untuk kebutuhan klien dan pembuatan materi promo. Arahan yang disampaikan spesifik secara langsung sehingga permintaan yang diterima juga dapat dikerjakan dengan baik termasuk diskusi untuk setiap *job desc* yang dilaksanakan seperti *partnership* bersama media partner, membuat deck untuk setiap *event* atau kampanye, dan eksekusi langsung ke lapangan untuk melaksanakan *event* yang berjalan.

C. Marketing Communication Officer

Membuat data prospek pelanggan sebagai sumber yang diambil dari media digital seperti sosial media, membuat rencana penawaran untuk mempersiapkan jadwal agar mampu berkomunikasi kepada calon *client*, melakukan promosi dengan menggunakan media sosial (*online*) atau *offline* pada beberapa *spot* yang dianggap berpotensi untuk dijadikan *target market*. Marketing Communication Officer dalam ranahnya juga mendukung pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran harian yang membantu memperkuat *brand*, mempromosikan program, serta menjalin hubungan dengan audiens dan mitra

eksternal. Peran ini lebih operasional dibanding manajer, namun sangat penting dalam memastikan strategi berjalan efektif di lapangan.

Pada saat aktivitas kerja magang sedang berlangsung, Marketing Communication Officer mengarahkan langsung *job desc* yang dikerjakan seperti *partnership* dengan pihak eksternal maupun internal sambil memberikan masukan, saran, dan terbuka untuk diskusi. Arahan yang berguna untuk keefektifan di lapangan juga di koordinasikan secara langsung melalui briefing pada saat kampanye atau sebuah *event program* sedang berlangsung serta membantu dalam menyediakan dan membuat list apa saja yang dibutuhkan untuk kebutuhan acara.

Dalam proses kerja magang, penempatan berada di bawah Divisi *Marketing Communication*, dengan tugas utama menanggapi negosiasi *event* yang mengajak kerjasama *media partnership* dan membantu setiap rangkaian kegiatan perusahaan agar berjalan dengan baik. Setiap penugasan yang diberikan berdasarkan instruksi langsung dari *supervisor* selaku Marketing Communication Assistant Manager.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA