

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Media *Kompas.com* dikenal sebagai salah satu pelopor media daring di Indonesia. Hal ini disebabkan media ini telah berdiri pertama kali sejak 14 September 1995 yang saat itu bernama *Kompas Online* (KOL). Media ini diciptakan untuk mewadahi pembaca *Harian Kompas* yang terhalang akses distribusi korannya. Maka, *Kompas Online* ini dijadikan sebagai alternatif untuk menyebarkan berita kepada masyarakat di Indonesia hingga yang berada di negara lain (*Kompas.com*, 2017).

Di awal perjalanan *Kompas Online*, platform ini hanya menyebarkan berita yang diterbitkan di hari tersebut dari olahan *Harian Kompas*. Intinya, *Kompas Online* semacam bentuk arsipan. Kemudian, pada 1996 situs Kompas Online mengubah situsnya menjadi www.kompas.com untuk bisa menjangkau lebih banyak pembaca dari luar negeri. *Kompas.com* pada 1998 akhirnya bernaung di bawah PT Kompas Cyber Media (KCM). Alasan bergabungnya Kompas Online ke dalam KCM karena semakin banyaknya permintaan untuk mengiklankan produk di platform digital Kompas Online. Hal ini yang akhirnya membuat Kompas Online melepaskan diri dari redaksi *Harian Kompas* (*Kompas.com*, 2017).

Sejak itu, *Kompas Online* tidak hanya berisi berita dari *Harian Kompas*, tetapi juga menghadirkan berita hasil tulisannya sendiri yang terkini. Penulis tidak hanya mendapatkan informasi terkait sejarah perusahaan dari laman resmi *Kompas.com* saja, tetapi juga bersumber dari wawancara dengan Editor Regional, Glori K. Wadrianto. Ia sudah bekerja di *Kompas.com* sebelum tahun 2000 dan menjadi salah satu wartawan terlama yang masih aktif bekerja hingga kini. Glori menceritakan, saat itu proses rekrutmen jurnalis terorganisir rapi di bawah *Harian Kompas*. “Jadi, waktu tahun 2000 itu media digital, online itu menjamur karena dianggap sebagai media masa depan. Investor tuh berbondong-bondong bikin media online,” jelas Glori ketika ditanya sepak

terjang awal *Kompas.com*. Media *online* saat itu berlomba-lomba merekrut jurnalis cetak dengan upah yang berkali-kali lipat (*Kompas.com*, 2017).

Glori menceritakan juga perjalanan jurnalis di era sebelum 2000, berbekal telepon genggam yang belum bisa SMS. Maka, ketika ada kejadian dan harus mengirimkan berita, pertama adalah menulis beritanya di kertas. Setelah selesai, jurnalis perlu *misscall* ke editor sebagai tanda bahwa berita sudah jadi. Kemudian, ada major operator yang akan menelepon jurnalis balik. Lalu, saat itulah jurnalis mendiktekan berita yang sudah ditulis di kertas kepada editor. Kemudian, editor akan menyunting dan menambahkan sedikit ke dalam artikel dan artikelnya siap diunggah ke internet (*Kompas.com*, 2017).

Glori sekaligus menjelaskan, media daring pertama di Indonesia adalah Republika Online yang merilis situs jejaringnya pada 1994. Penerbitan media daring ini dilakukan setelah satu tahun berdirinya Harian Republika. Kemudian, pada 1995 berdirilah Kompas Online yang kemudian disusul oleh Bisnis Indonesia pada 1996 dan Harian Waspada pada 1997. Di zaman tersebut juga, banyak media konvensional yang merambah ke dunia daring. Namun, saat itu media daring hanya dijadikan sebagai versi daring dari media cetak. Sama seperti *Kompas.com* yang saat itu hanya menjadikan versi digital dari *Harian Kompas* (*Kompas.com*, 2017).

Perusahaan yang sudah berdiri sejak 1995, memiliki izin usaha yang sah dan badan hukumnya sendiri. Perusahaan ini tetap berdiri di bawah perusahaan Kompas Gramedia Group (KG Group) yang dibentuk oleh Jakob Oetama dan P.K. Ojong. Kemudian pada 29 Mei 2008, KCM resmi mengganti nama *Kompas Online* menjadi *Kompas.com* yang memiliki tujuan untuk menekankan identitas dari urnalisme bermakna di tengah banyaknya arus informasi. *Tagline* yang dimiliki *Kompas.com* adalah “Jernih Melihat Dunia”, dengan tujuan untuk menjadi sebuah identitas beritanya yang objektif, independen, tentunya tidak berpihak pada kepentingan polisi sampai ekonomi manapun (*Kompas.com*, 2017).

Saat ini, *Kompas.com* bersama dengan *Kompasiana.com*, *Otomania.com*, *Juara.net*, dan *Kompaskarier.com*, berada di bawah Digital Kompas Gramedia

yang menjadi organisasi tersendiri. Organisasi ini menjadi bisnis yang bergerak di dunia digital. Kanal berita yang terdapat di *Kompas.com* juga beragam, seperti Megapolitan, Nasional, Internasional, Otomotif, Money, Hype, Regional, Nasional, Olahraga, Tekno, Health, Travel, Edukasi, Sains, Properti, dan Lifestyle. Memiliki banyak media sosial untuk menyebarkan beritanya, yaitu di Instagram, X, YouTube, TikTok, dan Facebook. *Kompas.com* memiliki banyak program yang disiarkan di kanal media sosial tersebut, seperti Generasi Cuan, Obrolan Newsroom, Nusaraya, Fit In, Lestari, Gaspol, Ngobrol Boss, dan Brigade.

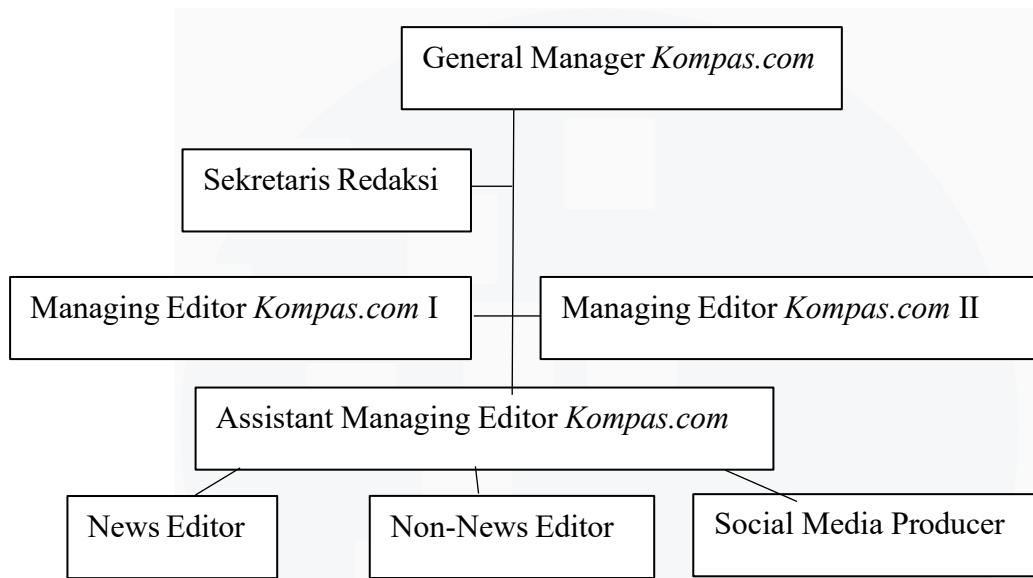
2.1.1 Visi Misi

Visi dan Misi yang dimiliki *Kompas.com* sesuai dengan cita dari alasannya untuk berdiri pada 1995. Visi *Kompas.com* adalah supaya bisa menjadi yang paling baik, terbesar, dan tentunya paling menguntungkan di tingkat nasional hingga internasional. Agar bisa menjadi media yang diperhitungkan tingkat nasional dan internasional, *Kompas.com* memiliki misi untuk selalu menyediakan informasi terkini yang dapat diandalkan agar bisa mencerahkan sekaligus menghibur setiap individu serta komunitas audiensnya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

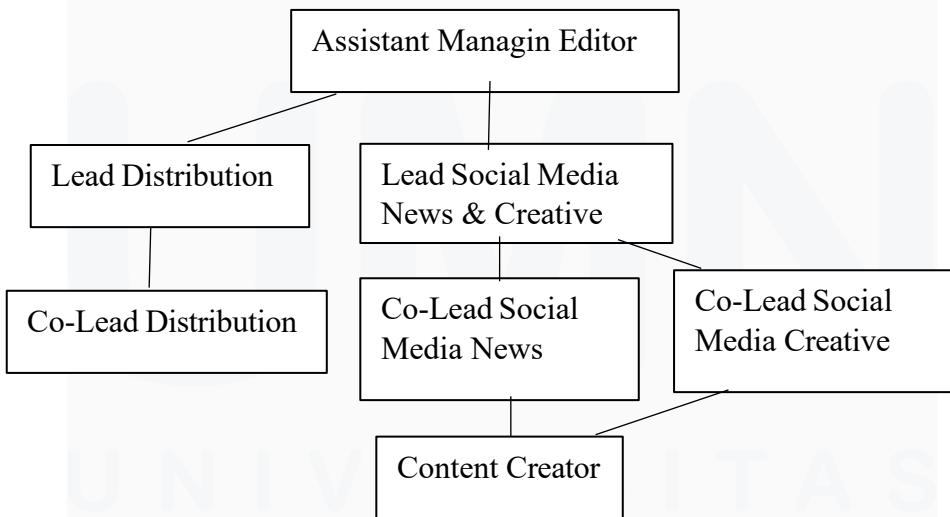
2.2.1 Struktur Organisasi *Kompas.com*

Berdasarkan data dari laman resmi *Kompas.com* (2025), terdapat sekitar 111 editor dan asisten editor yang tersebar di berbagai kanal. Selain itu, ada 62 reporter yang melakukan liputan di lapangan, 87 anggota tim video produksi yang bertanggung jawab atas pembuatan konten audiovisual, dan 10 pengelola media sosial yang mempublikasikan serta memantau distribusi konten di berbagai platform digital.



Bagan 2.1 Bagan struktur redaksi *Kompas.com* per 29 Desember 2025.

2.2.2 Struktur Organisasi Divisi Media Sosial *Kompas.com*



Bagan 1.2 Bagan struktur redaksi divisi media sosial *Kompas.com* per 29 Desember 2025.