

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

I

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

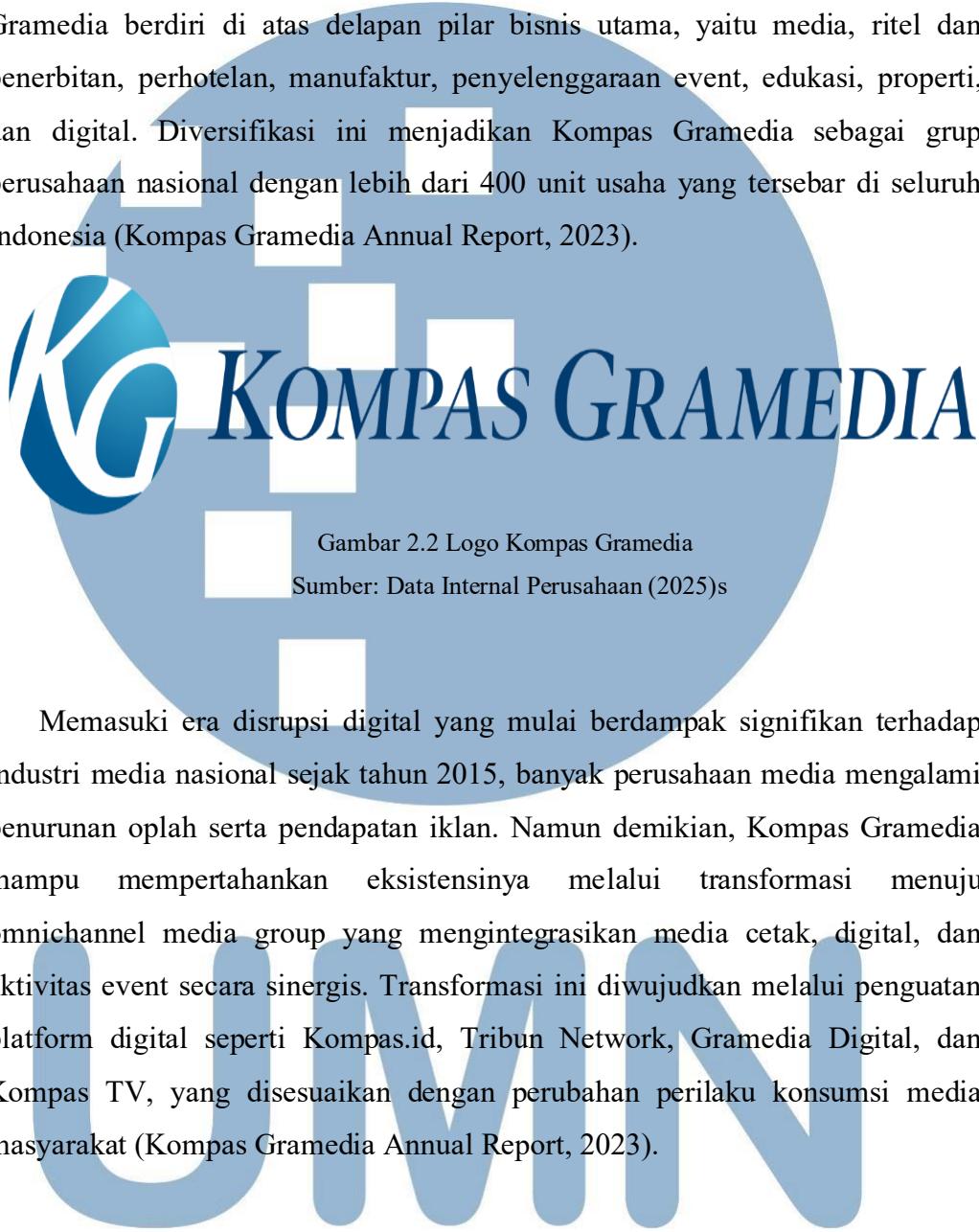


Gambar 2.1 Skala Persebaran Kompas Gramedia

Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

Kompas Gramedia (KG) merupakan salah satu kelompok usaha media, komunikasi, dan industri kreatif terbesar serta paling berpengaruh di Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh Petrus Kanisius Ojong dan Jakob Oetama, dengan perjalanan awal yang dimulai melalui penerbitan majalah Intisari pada tahun 1963. Majalah Intisari hadir sebagai media edukatif yang bertujuan memperluas wawasan dan pengetahuan masyarakat Indonesia pascakemerdekaan (Kompas Gramedia, 2023). Perkembangan Kompas Gramedia semakin signifikan dengan diterbitkannya surat kabar Kompas pada 28 Juni 1965, yang kemudian menjadi pilar utama dalam ekosistem media grup ini. Sejak awal berdirinya, Kompas dikenal sebagai media yang menjunjung tinggi nilai independensi, integritas, dan tanggung jawab sosial, sehingga berperan penting dalam membangun kepercayaan publik terhadap institusi media di Indonesia (Jakob Oetama, 2001).

Seiring berjalananya waktu, Kompas Gramedia terus berkembang dengan melakukan diversifikasi usaha ke berbagai sektor. Hingga saat ini, Kompas Gramedia berdiri di atas delapan pilar bisnis utama, yaitu media, ritel dan penerbitan, perhotelan, manufaktur, penyelenggaraan event, edukasi, properti, dan digital. Diversifikasi ini menjadikan Kompas Gramedia sebagai grup perusahaan nasional dengan lebih dari 400 unit usaha yang tersebar di seluruh Indonesia (Kompas Gramedia Annual Report, 2023).



Gambar 2.2 Logo Kompas Gramedia

Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)s

Memasuki era disruptif digital yang mulai berdampak signifikan terhadap industri media nasional sejak tahun 2015, banyak perusahaan media mengalami penurunan oplah serta pendapatan iklan. Namun demikian, Kompas Gramedia mampu mempertahankan eksistensinya melalui transformasi menuju omnichannel media group yang mengintegrasikan media cetak, digital, dan aktivitas event secara sinergis. Transformasi ini diwujudkan melalui penguatan platform digital seperti Kompas.id, Tribun Network, Gramedia Digital, dan Kompas TV, yang disesuaikan dengan perubahan perilaku konsumsi media masyarakat (Kompas Gramedia Annual Report, 2023).

Selain berfokus pada transformasi digital, Kompas Gramedia juga secara konsisten membangun reputasi perusahaan melalui berbagai program komunikasi dan kampanye Public Relations. Beberapa inisiatif strategis yang dijalankan antara lain Kompas 100 Trusted Companies Award, kampanye “Baca Itu Keren”, serta berbagai program literasi dan community engagement yang memperkuat citra Kompas Gramedia sebagai perusahaan berbasis nilai pengetahuan, integritas, dan tanggung jawab sosial (Kompas Gramedia, n.d.) Dalam organisasi multibisnis dengan skala besar dan struktur yang kompleks, Divisi Public Relations Kompas

Gramedia memiliki peran strategis dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan. Public Relations bertugas membangun hubungan dengan pemangku kepentingan internal maupun eksternal, memastikan konsistensi pesan korporasi, serta mengelola isu dan potensi krisis komunikasi yang dapat memengaruhi kredibilitas perusahaan. Selain itu, penelitian terbaru menunjukkan bahwa *issues management* dalam *public relations* menuntut kemampuan analisis lingkungan dan respon strategis terhadap isu yang berkembang agar reputasi organisasi dapat dipertahankan dan kepuasan publik tetap terjaga (Saraswati & Juliadi, 2023) Melalui pelaksanaan kerja magang di Divisi Public Relations Kompas Gramedia, pemagang memperoleh kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas komunikasi korporat, seperti penyusunan press release, pengelolaan media relations, dokumentasi kegiatan perusahaan, serta dukungan terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) dan employee engagement. Pengalaman ini memberikan pemahaman konkret mengenai bagaimana strategi komunikasi Public Relations diterapkan secara profesional dalam organisasi besar yang dinamis dan berorientasi pada nilai ((Broom, 2021)

2.1 Visi Misi Kompas Gramedia

Visi

Menjadi Perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu, dan tersebar di Asia Tenggara

Misi



UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 2.3 Tangkapan layar website resmi Kompas Gramedia

Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

Berdasarkan Gambar 2.3, dapat diketahui bahwa misi Kompas Gramedia diwujudkan melalui pengelolaan berbagai lini bisnis yang terintegrasi. Hal tersebut tercermin dari pengelompokan bidang usaha Kompas Gramedia yang meliputi media, pendidikan, retail & publishing, hospitality, properti,

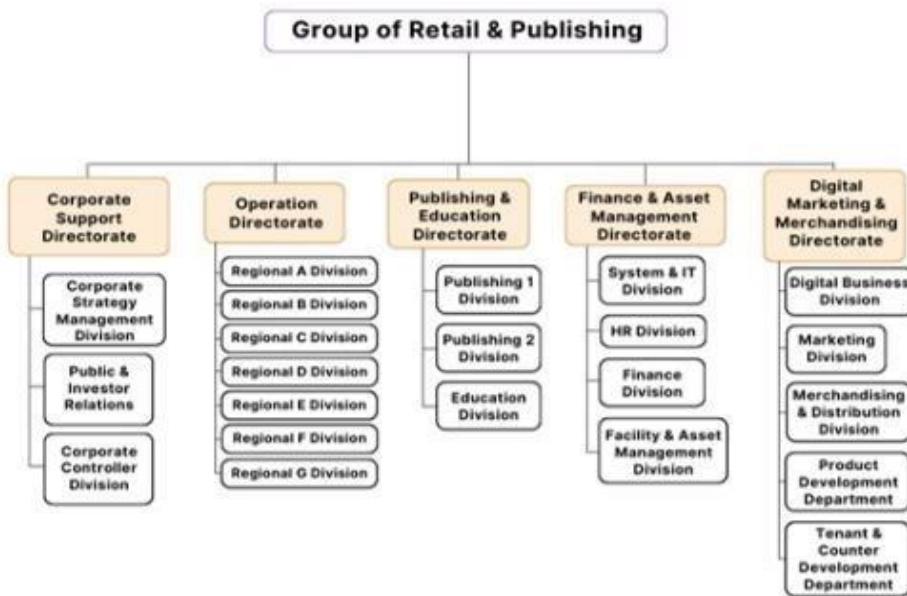
manufaktur, event & venue, serta digital, sebagaimana ditampilkan pada website resmi perusahaan.

Pada bidang media, Kompas Gramedia berperan dalam menyediakan informasi yang akurat, terpercaya, dan berkualitas bagi masyarakat. Melalui sektor pendidikan serta retail berbasis pengetahuan, perusahaan menunjukkan komitmennya dalam mencerdaskan dan mencerahkan masyarakat melalui penyediaan produk dan layanan edukatif. Selanjutnya, pengembangan bisnis hospitality, properti, dan event & venue dijalankan secara profesional dan berkelanjutan guna mendukung ekosistem usaha perusahaan. Adapun sektor digital dan manufaktur berfungsi sebagai penunjang inovasi dan efisiensi operasional, sekaligus memperkuat daya saing Kompas Gramedia di tingkat nasional maupun Asia Tenggara. Dengan demikian, misi Kompas Gramedia tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan bisnis, tetapi juga menitikberatkan pada kontribusi sosial melalui penyebaran pengetahuan serta peneguhan nilai kebhinekaan dan keadilan sosial.

2.2 Struktur Organisasi Kompas Gramedia

Dalam setiap perusahaan, struktur organisasi memiliki peranan penting dalam menunjukkan sistem kepemimpinan dan alur kerja yang berjalan secara terencana, sistematis, dan terorganisir. Struktur organisasi juga berfungsi untuk memperjelas pembagian tugas, tanggung jawab, serta hubungan kerja antarbagian dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, setiap unit kerja dapat menjalankan fungsinya secara efektif sesuai dengan tujuan perusahaan. Kompas Gramedia, sebagai perusahaan multibisnis dengan cakupan usaha yang luas, memiliki struktur organisasi yang kompleks dan terintegrasi. Struktur organisasi ini dirancang untuk mendukung efektivitas operasional, koordinasi lintas divisi, serta konsistensi pengambilan keputusan strategis. Salah satu grup usaha di bawah Kompas Gramedia adalah Group of Retail & Publishing, yang menaungi berbagai direktorat dan divisi pendukung operasional perusahaan. Berikut merupakan bagan struktur organisasi PT Gramedia Asri Media dalam lingkup Group of Retail & Publishing:

Struktur Perusahaan PT Gramedia Asri Media

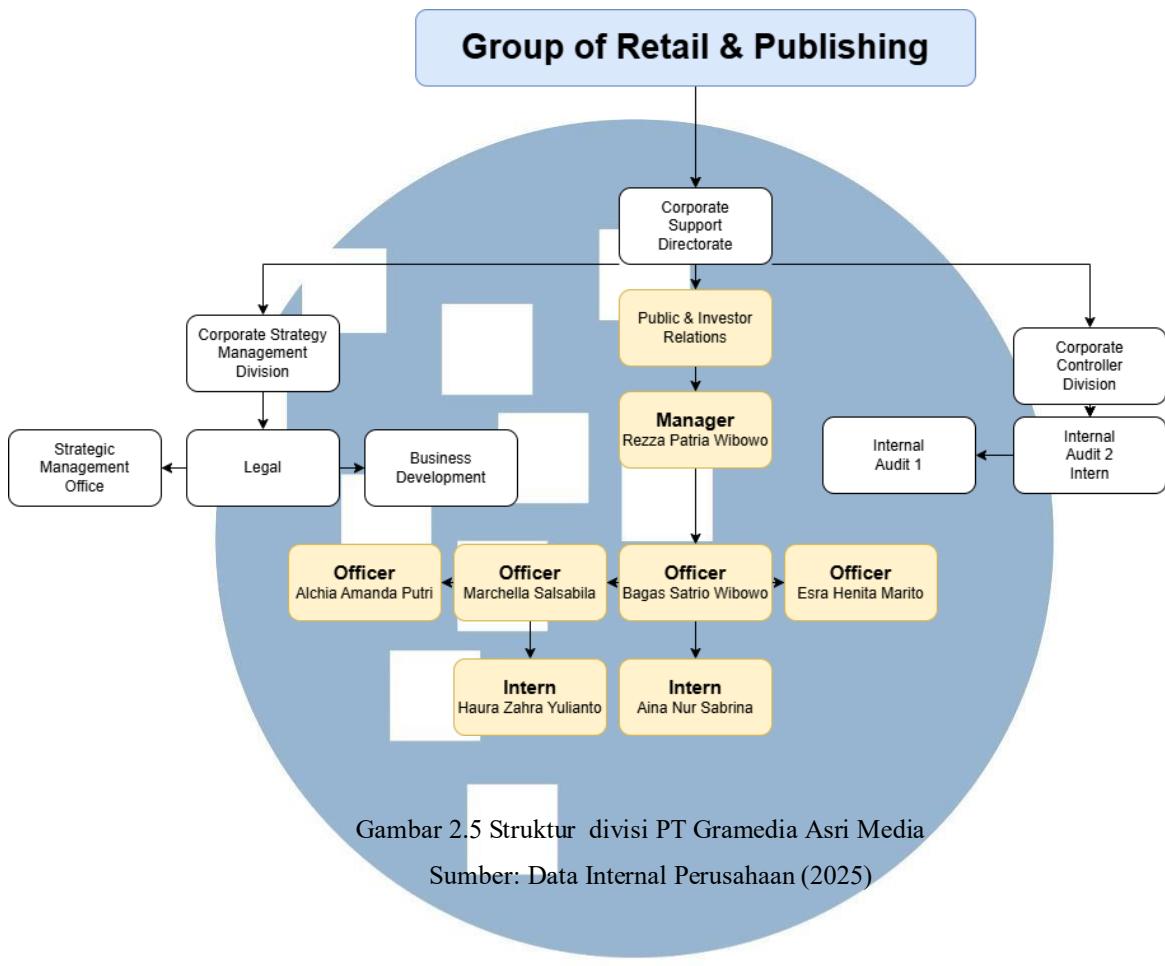


Gambar 2.4 Struktur Perusahaan PT Gramedia Asri Media

Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

Berdasarkan Gambar 2.4, Group of Retail & Publishing membawahi beberapa direktorat utama, antara lain Corporate Support Directorate, Operation Directorate, Publishing & Education Directorate, Finance & Asset Management Directorate, serta Digital Marketing & Merchandising Directorate. Masing-masing direktorat memiliki peran strategis dalam mendukung operasional dan pengembangan bisnis perusahaan.

Pada pelaksanaan kerja magang ini, pemagang berada di bawah naungan Corporate Support Directorate, secara spesifik pada unit Public & Investor Relations. Unit ini memiliki tanggung jawab dalam mengelola komunikasi korporat, menjaga hubungan dengan media dan investor, serta mendukung reputasi perusahaan secara internal maupun eksternal. Untuk memperjelas posisi pemagang selama menjalani kerja magang, berikut merupakan gambaran struktur organisasi Public & Investor Relations di bawah Corporate Support Directorate:



Gambar 2.5 Struktur divisi PT Gramedia Asri Media

Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

Berdasarkan Gambar 2.5, Unit Public & Investor Relations berada di bawah koordinasi Corporate Support Directorate dalam struktur Group of Retail & Publishing Kompas Gramedia. Unit ini memiliki peran strategis dalam mengelola komunikasi korporat perusahaan, baik kepada publik internal maupun eksternal, termasuk media dan investor. Struktur organisasi dalam unit ini terdiri atas Manager, Officer, dan Intern, yang masing-masing memiliki peran dan tanggung jawab berbeda namun saling terintegrasi.

A. Public & Investor Relations

Public & Investor Relations merupakan unit yang bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi komunikasi korporat Kompas Gramedia. Unit ini berfokus pada pengelolaan reputasi perusahaan, penyampaian informasi korporat kepada publik, pemeliharaan hubungan dengan media dan investor, serta penguatan citra perusahaan sebagai korporasi multibisnis nasional. Seluruh aktivitas

komunikasi yang dilakukan oleh unit ini disesuaikan dengan kebijakan perusahaan dan diarahkan untuk mendukung tujuan strategis organisasi.

B. Public & Investor Relations Manager

Pada struktur organisasi Public & Investor Relations, posisi Manager dijabat oleh Rezza Patria Wibowo. Public & Investor Relations Manager bertanggung jawab dalam merumuskan strategi komunikasi korporat secara menyeluruh, mengoordinasikan pelaksanaan kegiatan Public Relations, serta melakukan pengawasan terhadap kinerja tim. Selain itu, Manager berperan dalam pengambilan keputusan strategis terkait komunikasi eksternal dan internal, serta memastikan seluruh aktivitas Public & Investor Relations berjalan sesuai dengan visi, misi, dan nilai perusahaan. Selama pelaksanaan kerja magang, pemagang menjalankan tugas dan aktivitas kerja berdasarkan arahan, persetujuan, serta evaluasi yang diberikan oleh Manager Public & Investor Relations.

C. Public & Investor Relations Officer

Pada level operasional, terdapat beberapa Public & Investor Relations Officer, yaitu Alchia Amanda Putri, Marchella Salsabila, Bagas Satrio Wibowo, dan Esra Henita Marito. Public & Investor Relations Officer bertugas sebagai pelaksana kegiatan komunikasi korporat sehari-hari. Tanggung jawab posisi ini meliputi penyusunan dan distribusi press release, koordinasi dengan media, pendokumentasian kegiatan perusahaan, pengelolaan konten komunikasi internal dan eksternal, serta pelaksanaan program komunikasi perusahaan lainnya.

Dalam struktur tersebut, pemagang berada di bawah bimbingan langsung Public & Investor Relations Officer Bagas Satrio Wibowo, yang berperan sebagai mentor selama kerja magang. Officer Bagas Satrio Wibowo memberikan arahan teknis, supervisi pelaksanaan tugas, serta evaluasi terhadap hasil pekerjaan pemagang, sehingga membantu pemagang memahami alur kerja Public Relations secara praktis di lingkungan korporasi.

D. Public Relations Intern

Pada posisi Public Relations Intern, terdapat dua intern, yaitu Haura Zahra Yulianto dan Aina Nur Sabrina. Pemagang atas nama Aina Nur Sabrina menempati posisi sebagai Public Relations Intern di Unit Public & Investor Relations Kompas Gramedia. Posisi ini berada pada level operasional dan berperan sebagai pendukung dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi korporat.

Tugas pemagang meliputi penyusunan dan pengolahan materi publikasi, dokumentasi kegiatan perusahaan, monitoring pemberitaan media, serta dukungan terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) dan employee engagement. Dalam menjalankan tugas-tugas tersebut, pemagang bekerja di bawah supervisi dan bimbingan langsung Public & Investor Relations Officer, khususnya Officer Bagas Satrio Wibowo sebagai mentor. Melalui peran ini, pemagang memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan teori Public Relations ke dalam praktik kerja profesional serta memahami dinamika komunikasi di perusahaan multibisnis berskala besar.

