

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Kompas Gramedia

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Kompas Gramedia (KG) merupakan salah satu kelompok usaha besar di Indonesia yang bergerak di bidang media, penerbitan, dan berbagai sektor lainnya. Perusahaan ini didirikan pada 17 Agustus 1963 oleh Petrus Kanisius Ojong dan Jakob Oetama, dengan kantor pusat di Gedung Kompas Gramedia, Jakarta Pusat Kompas Gramedia (n.d.).

Pada awal berdirinya, Kompas Gramedia memulai bisnis dengan menerbitkan majalah Intisari pada tahun 1963, kemudian disusul dengan Surat Kabar Kompas pada 28 Juni 1965 yang berkembang menjadi salah satu media terbesar di Indonesia. Untuk mendukung distribusi, perusahaan mendirikan Toko Buku Gramedia serta unit percetakan Gramedia Printing Kompas Gramedia (n.d.).

Ekspansi bisnis berlanjut dengan pendirian Radio Sonora pada tahun 1972 dan majalah anak-anak Bobo pada tahun 1973. Kompas Gramedia juga melakukan diversifikasi usaha ke bidang perhotelan melalui PT Grahawita Santika pada tahun 1981, yang kini berkembang menjadi jaringan Hotel Santika. Selanjutnya, pada

tahun 1985 didirikan Elex Media Komputindo yang berfokus pada penerbitan buku teknologi dan komik Kompas Gramedia (n.d.).

Memasuki era digital, Kompas Gramedia terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi melalui kehadiran Kompas Online di bawah PT Kompas Cyber Media yang kemudian dikenal sebagai Kompas.com. Perusahaan juga memperluas bidang usahanya ke sektor pendidikan dengan mendirikan Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2006. Perjalanan dan perkembangan tersebut menunjukkan transformasi Kompas Gramedia dari perusahaan yang berawal di bidang media cetak menjadi kelompok usaha dengan berbagai unit bisnis yang terus beradaptasi dengan perkembangan industri dan teknologi.

Seiring dengan perkembangan perusahaan, Kompas Gramedia juga memiliki identitas visual yang menjadi bagian dari *corporate identity* perusahaan. Logo Kompas Gramedia merupakan salah satu elemen identitas korporat yang berfungsi sebagai representasi visual perusahaan kepada publik. Secara visual, logo tersebut memiliki bentuk yang khas dengan dominasi warna biru sehingga menciptakan identitas yang konsisten dan mudah dikenali. Dari perspektif komunikasi visual, warna biru dapat diasosiasikan dengan kesan profesional dan terpercaya. Namun, pemaknaan warna tersebut merupakan interpretasi berdasarkan karakteristik komunikasi visual dan bukan filosofi resmi yang secara eksplisit dinyatakan oleh Kompas Gramedia.

Sebagai bagian dari *corporate identity*, identitas visual Kompas Gramedia dapat dipahami selaras dengan nilai-nilai yang dibangun perusahaan. Kompas Gramedia menempatkan kepercayaan, integritas, inovasi, dan nilai humanis sebagai bagian dari nilai yang mendasari perjalanan perusahaan. Selain itu, visi perusahaan menekankan pengembangan Kompas Gramedia sebagai perusahaan berbasis pengetahuan yang berkontribusi dalam menciptakan masyarakat yang terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan, serta adil dan sejahtera. Dengan demikian, logo tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual, tetapi juga menjadi bagian dari identitas korporat yang mendukung pengenalan Kompas Gramedia serta membangun konsistensi citra perusahaan di hadapan para pemangku kepentingan.

Seiring dengan perkembangan teknologi, Kompas Gramedia mengembangkan berbagai unit dan produk digital sebagai bagian dari proses transformasi perusahaan. Salah satunya adalah MyValue, yaitu aplikasi dan *reward* program Kompas Gramedia yang merupakan bentuk transformasi digital dari Kompas Gramedia *Value Card* (KGVC). Kehadiran MyValue memungkinkan pelanggan menjadi anggota secara digital tanpa menggunakan kartu keanggotaan fisik serta memperoleh berbagai *reward* dari unit bisnis Kompas Gramedia dan mitra yang bekerja sama.



Gambar 2.2 Logo My Value

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

MyValue merupakan platform digital yang dikembangkan oleh Kompas Gramedia sebagai bagian dari transformasi bisnis menuju ekosistem berbasis digital. Aplikasi ini diluncurkan pada tahun 2018 sebagai pengembangan dari sistem loyalitas pelanggan yang sebelumnya menggunakan kartu fisik (Kompas Gramedia, n.d.). Pada tahap awal, MyValue berfungsi sebagai platform *membership* yang memberikan berbagai manfaat kepada pengguna, seperti pengumpulan poin, penukaran *reward*, serta akses terhadap promo dari berbagai unit bisnis. Namun, seiring perkembangannya, MyValue tidak hanya berperan sebagai alat loyalitas, tetapi juga sebagai platform yang mendukung interaksi dan keterlibatan pengguna secara lebih luas.

Sebagai bagian dari identitas visual, logo MyValue menjadi elemen yang merepresentasikan platform kepada penggunanya. Secara visual, identitas MyValue ditampilkan melalui penggunaan nama “MYVALUE” dengan tipografi yang khas dan kombinasi warna yang beragam pada salah satu elemen hurufnya.

Dari perspektif komunikasi visual, penggunaan beberapa warna tersebut dapat dipahami sebagai upaya menghadirkan kesan dinamis dan beragam, sejalan dengan karakter MyValue yang menghubungkan pengguna dengan berbagai manfaat, *reward*, promosi, *event*, serta layanan dari unit bisnis Kompas Gramedia dan mitra yang bekerja sama. Sementara itu, pencantuman identitas Kompas Gramedia pada bagian bawah logo memperlihatkan keterkaitan MyValue dengan identitas korporat perusahaan induknya. Pemaknaan visual tersebut merupakan analisis terhadap elemen identitas visual dan bukan filosofi resmi logo yang dinyatakan secara eksplisit oleh perusahaan.

Dalam pengelolaannya, MyValue berada dalam lingkup *Customer Facing Platform* (CFP) yang berhubungan langsung dengan pengembangan pengalaman dan interaksi pengguna. Aktivitas tersebut tidak hanya dilakukan melalui aplikasi, tetapi juga didukung oleh berbagai saluran komunikasi digital dan kegiatan yang melibatkan audiens. Salah satunya adalah MyFest yang dikembangkan melalui berbagai kegiatan berbasis komunitas. Pada MyFest *Padel Tournament 2025*, misalnya, MyValue secara resmi menyebut MyFest sebagai wadah untuk menghubungkan beragam komunitas melalui tema *lifestyle*, *wellness*, dan *sustainability*, sekaligus membangun koneksi dan pengalaman bersama.

Dengan demikian, identitas MyValue sebagai bagian dari Kompas Gramedia tidak hanya terlihat melalui penggunaan logo dan identitas visual, tetapi juga melalui fungsi platform dan aktivitas komunikasi yang dikembangkan untuk berinteraksi dengan pengguna. Pengelolaan media sosial, program promosi, *reward*, serta berbagai kegiatan dan *event* menjadi bagian dari upaya MyValue dalam membangun keterlibatan dengan audiens melalui berbagai *touchpoint*, baik secara digital maupun melalui kegiatan langsung. (Kompas Gramedia, n.d.).

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi Kompas Gramedia berorientasi pada upaya menjadi perusahaan terbesar, terbaik, serta terintegrasi yang memiliki jangkauan luas di kawasan Asia Tenggara. Melalui pengembangan usaha yang berbasis pengetahuan, perusahaan berkomitmen untuk berkontribusi dalam membentuk masyarakat yang terdidik,

memiliki wawasan luas, menjunjung tinggi keberagaman, serta mencapai kesejahteraan yang berkeadilan.

2.3 Portofolio Perusahaan

Kompas Gramedia merupakan perusahaan yang memiliki portofolio bisnis yang beragam dan berkembang di berbagai sektor industri. Berawal dari industri media dan penerbitan, Kompas Gramedia terus melakukan pengembangan dan diversifikasi usaha sehingga saat ini memiliki berbagai produk, merek, dan layanan yang menjangkau bidang media, digital, penerbitan dan ritel, manufaktur, perhotelan, penyelenggaraan acara, pendidikan, hingga properti dan infrastruktur. Keberagaman portofolio tersebut menunjukkan perkembangan Kompas Gramedia sebagai kelompok usaha yang tidak hanya berfokus pada industri media, tetapi juga menyediakan berbagai produk dan layanan yang dapat menjangkau kebutuhan masyarakat secara lebih luas.

a. Media

Portofolio bisnis media menjadi salah satu bidang utama Kompas Gramedia yang mencakup media cetak, digital, televisi, dan radio, seperti Harian Kompas, Kompas.com, KompasTV, Kontan, Tribun Network, Grid Network, dan Radio Sonora. Melalui berbagai kanal tersebut, Kompas Gramedia menyediakan informasi dan konten yang dapat diakses masyarakat melalui beragam format dan platform. Kualitas dan inovasi dalam bidang ini juga memperoleh pengakuan internasional, antara lain melalui capaian KG Media sebagai Juara Pertama kategori *Best Use of AI for Internal Productivity* dan Harian Kompas sebagai Juara Kedua kategori *Best Use of Social Media* pada INMA Global Media Awards 2025. Selain itu, Harian Kompas memperoleh medali perak kategori *Best in Healthcare Infographics* pada *Asian Media Awards* 2024. Capaian tersebut menunjukkan kemampuan portofolio media Kompas Gramedia dalam mengembangkan inovasi teknologi, media sosial, jurnalistik, dan komunikasi visual (Kompas Gramedia, n.d.).

b. Digital

Seiring dengan perkembangan teknologi, Kompas Gramedia turut mengembangkan portofolio bisnis berbasis digital sebagai bagian dari transformasi dan adaptasi perusahaan terhadap perubahan perilaku konsumen. Salah satu produk digital tersebut adalah MyValue yang menyediakan program membership, reward, promosi, serta berbagai manfaat bagi pengguna dalam ekosistem Kompas Gramedia. Pengembangan layanan digital memungkinkan perusahaan untuk mengintegrasikan berbagai layanan dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengguna melalui teknologi. Komitmen terhadap inovasi digital juga tercermin melalui pengembangan Media Intelligence for SDGs oleh KG Media yang memperoleh Juara Pertama kategori *Best Use of AI for Internal Productivity* pada INMA Global Media Awards 2025. Capaian tersebut menunjukkan kemampuan ekosistem Kompas Gramedia dalam memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mendukung proses bisnis dan pengelolaan informasi (Kompas Gramedia, n.d.).

c. Retail dan Penerbitan Buku

Dalam bidang ritel dan penerbitan, Kompas Gramedia memiliki berbagai merek yang bergerak dalam penerbitan, distribusi, serta penjualan buku, seperti Gramedia, Gramedia Pustaka Utama, dan Elex Media Komputindo. Keberadaan jaringan ritel dan penerbit tersebut memungkinkan perusahaan untuk menyediakan serta mendistribusikan berbagai jenis buku dan produk literasi kepada masyarakat. Gramedia Pustaka Utama tercatat telah menerbitkan lebih dari 40.000 judul buku dan menjalin kerja sama dengan lebih dari 200 penerbit asing. Karya-karya yang diterbitkan juga telah memperoleh berbagai pengakuan nasional dan internasional, seperti Kusala Sastra Khatulistiwa, Penghargaan IKAPI, *Gourmand World Cookbook Awards*, dan Liberaturpreis Jerman. Capaian tersebut menunjukkan kontribusi portofolio penerbitan Kompas Gramedia dalam perkembangan industri buku dan literasi (Kompas Gramedia, n.d.).

d. Manufacturing

Portofolio bisnis Kompas Gramedia juga mencakup bidang manufaktur yang memiliki keterkaitan dengan perjalanan perusahaan dalam industri media cetak dan penerbitan. Melalui unit bisnis seperti Gramedia Printing, perusahaan menyediakan layanan percetakan untuk berbagai kebutuhan, mulai dari surat kabar, buku, majalah, hingga produk komersial lainnya. Pengembangan bisnis manufaktur memungkinkan Kompas Gramedia untuk mendukung kebutuhan produksi dalam ekosistem bisnisnya sekaligus melayani kebutuhan pihak eksternal. Penerapan standar kualitas juga terlihat pada Metaform yang menjalankan sistem produksi dengan sertifikasi FSSC 22000 dan ISO 9001 serta menggunakan sumber bahan baku bersertifikasi FSC (*Forest Stewardship Council*). Hal tersebut menunjukkan adanya upaya penerapan standar kualitas dan pengelolaan bahan baku dalam kegiatan produksi pada unit bisnis terkait (Kompas Gramedia, n.d.).

e. Hospitality

Dalam industri perhotelan, Kompas Gramedia mengembangkan portofolio bisnis melalui Santika Indonesia *Hotels & Resorts* yang memiliki berbagai merek dan kategori akomodasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada segmen yang berbeda. Pengembangan bidang hospitality menjadi salah satu bentuk diversifikasi bisnis Kompas Gramedia di luar industri media dan penerbitan serta memperluas layanan perusahaan ke sektor pariwisata dan akomodasi. Kualitas produk dan layanan pada bidang ini juga memperoleh pengakuan melalui penghargaan Produk Hotel Terbaik yang diraih Santika Indonesia *Hotels & Resorts* dalam Anugerah Produk Indonesia 2025. Penghargaan tersebut menjadi salah satu bentuk pengakuan terhadap perkembangan dan kualitas portofolio Kompas Gramedia dalam industri perhotelan (Kompas Gramedia, n.d.).

f. Event Services

Kompas Gramedia juga memiliki portofolio di bidang penyelenggaraan dan pengelolaan acara melalui unit bisnis yang bergerak dalam industri event dan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Layanan yang diberikan mencakup perencanaan dan penyelenggaraan berbagai kegiatan, seperti pameran, konferensi, festival, serta acara lainnya yang membutuhkan pengelolaan secara profesional. Portofolio ini melengkapi ekosistem bisnis Kompas Gramedia dengan menyediakan layanan yang memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung antara perusahaan, mitra, brand, dan masyarakat melalui berbagai bentuk kegiatan dan aktivasi (Kompas Gramedia, n.d.).

g. Education

Dalam bidang pendidikan, Kompas Gramedia mengembangkan portofolio melalui institusi yang berorientasi pada pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia. Portofolio tersebut antara lain mencakup Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP) yang menyediakan pendidikan pada tingkat perguruan tinggi dan pendidikan vokasi. Kehadiran institusi pendidikan tersebut menunjukkan perluasan portofolio Kompas Gramedia dalam menyediakan layanan pendidikan dan pengembangan kompetensi yang disesuaikan dengan kebutuhan dunia profesional dan perkembangan industri (Kompas Gramedia, n.d.).

h. Properti dan Infrastruktur

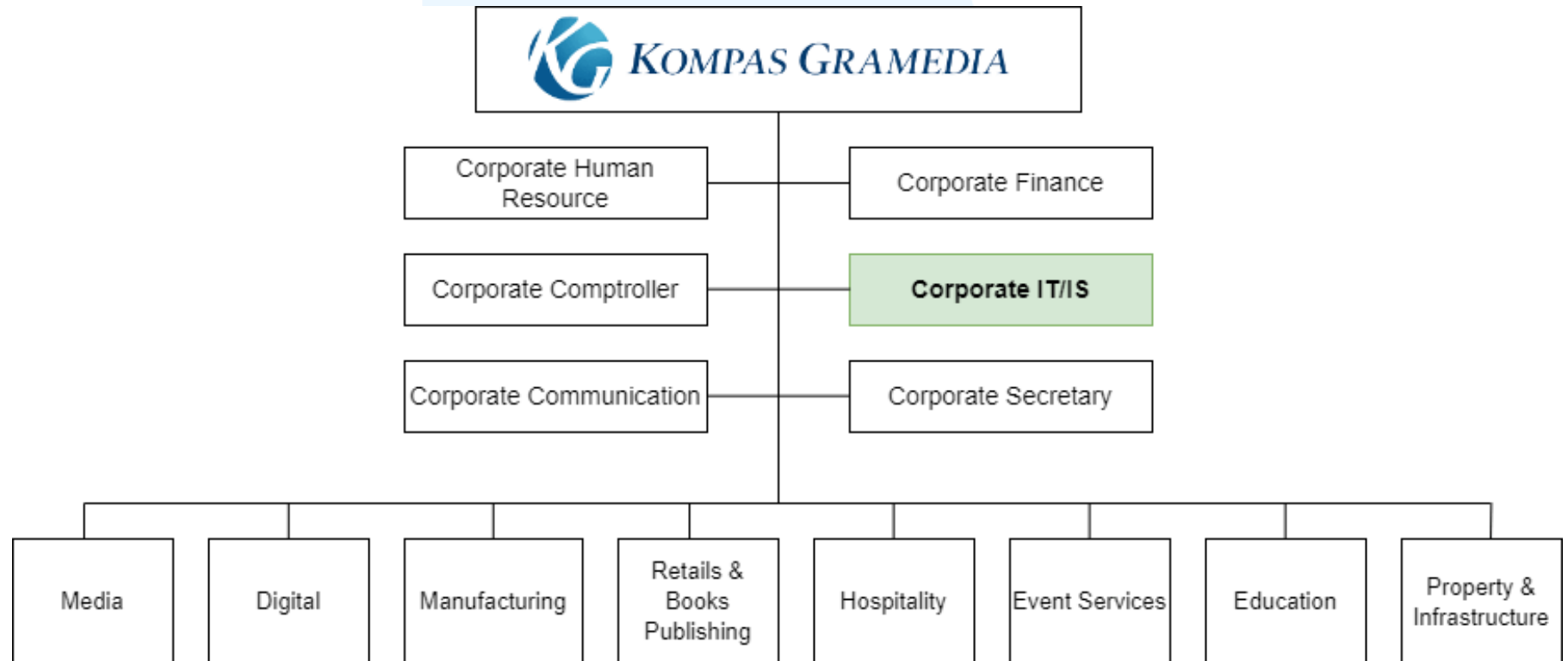
Kompas Gramedia juga mengembangkan portofolio di bidang properti dan infrastruktur yang berkaitan dengan pembangunan, pengelolaan, dan pemanfaatan aset properti. Bidang usaha ini berperan dalam mendukung kebutuhan infrastruktur bagi kegiatan perusahaan sekaligus menjadi bagian dari diversifikasi bisnis Kompas Gramedia. Pengembangan portofolio properti dan infrastruktur turut mendukung keberlangsungan ekosistem perusahaan melalui

penyediaan dan pengelolaan aset yang dapat menunjang berbagai aktivitas operasional dan pengembangan bisnis (Kompas Gramedia, n.d.).

Secara keseluruhan, keberagaman portofolio dan berbagai capaian yang diperoleh menunjukkan perkembangan Kompas Gramedia dari perusahaan yang berawal di bidang media dan penerbitan menjadi kelompok usaha dengan ekosistem bisnis yang luas. Penghargaan nasional dan internasional serta penerapan sertifikasi pada sejumlah unit bisnis menjadi bentuk pengakuan terhadap kualitas, inovasi, dan pengembangan bisnis perusahaan. Meskipun masing-masing portofolio memiliki karakteristik produk dan layanan yang berbeda, seluruhnya berada dalam satu ekosistem Kompas Gramedia yang membuka peluang integrasi dan kolaborasi antarunit bisnis dalam menyediakan produk dan layanan kepada masyarakat.



2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Struktur organisasi Kompas Gramedia sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.3 terdiri atas dua komponen utama, yaitu *functional unit* dan *business unit*. Kedua unit ini memiliki peran yang saling melengkapi dalam mendukung keberlangsungan dan perkembangan perusahaan secara keseluruhan. Business unit berfungsi sebagai pusat penghasil keuntungan (*profit center*), sedangkan *functional unit* berperan sebagai pendukung operasional (*cost center*) yang memastikan seluruh aktivitas bisnis berjalan secara efektif dan efisien.

1. *Functional Unit*

Functional unit bertanggung jawab dalam menyediakan layanan pendukung strategis bagi seluruh unit bisnis di Kompas Gramedia. Unit-unit yang termasuk di dalamnya antara lain:

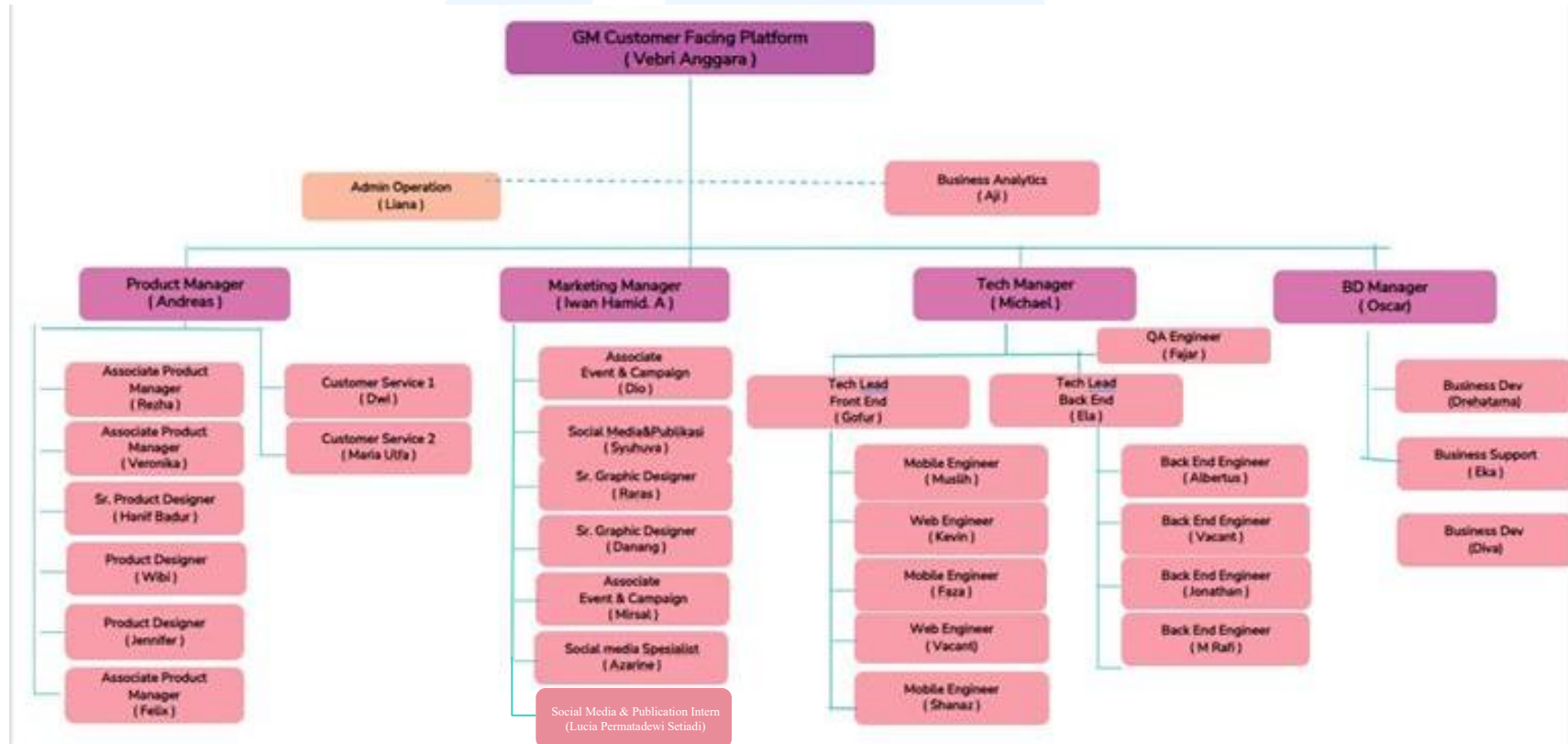
- *Corporate Human Resources* berperan sebagai mitra strategis dalam pengelolaan sumber daya manusia, mulai dari rekrutmen, pengembangan, hingga peningkatan kompetensi karyawan guna menciptakan organisasi yang unggul dan kompetitif.
- *Corporate Finance* bertugas mengelola serta mengendalikan aspek keuangan perusahaan secara menyeluruh agar tetap stabil, transparan, dan akuntabel.
- *Corporate Comptroller* berfungsi pengawasan terhadap sistem keuangan perusahaan serta memastikan bahwa seluruh laporan keuangan disusun secara akurat dan sesuai dengan kondisi sebenarnya.
- *Corporate IT/IS* bertanggungjawab atas pengelolaan dan pengembangan infrastruktur teknologi informasi serta sistem informasi guna mendukung kebutuhan operasional perusahaan.
- *Corporate Communication* berperan dalam membangun, menjaga, dan mengelola citra positif perusahaan baik di lingkungan internal maupun eksternal.
- *Corporate Secretary* bertugas sebagai penghubung dan koordinator antar unit bisnis, serta memastikan keselarasan komunikasi dan kebijakan di dalam perusahaan.

2. Business Unit

Business unit merupakan unit yang secara langsung menjalankan kegiatan usaha dan menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Unit-unit ini terbagi ke dalam beberapa kelompok sebagai berikut:

- *Group of Media* mengelola bisnis media cetak dan elektronik yang berfungsi menyampaikan informasi kepada masyarakat secara luas dan akurat.
- *Group of Digital* menyediakan berbagai produk dan layanan digital yang inovatif sebagai solusi bagi kebutuhan konsumen dan pelaku bisnis.
- *Group of Manufacturing* bergerak di bidang produksi, khususnya percetakan media, buku, serta produk kemasan.
- *Group of Retails & Books Publishing* berfokus pada penerbitan serta distribusi buku melalui jaringan penerbit dan toko buku yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.
- *Group of Hospitality* menjalankan bisnis di sektor perhotelan dan resort dengan mengusung nilai budaya serta konsep pelayanan yang efisien.
- *Group of Event Services* berperan dalam penyelenggaraan dan pengelolaan berbagai acara berskala nasional maupun internasional, termasuk dalam industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*).
- *Group of Education* menyediakan layanan pendidikan melalui berbagai institusi dan program pembelajaran, termasuk perguruan tinggi seperti Universitas Multimedia Nusantara.
- *Group of Property & Infrastructure* berfokus pada pembangunan, pengelolaan, serta penyewaan properti guna mendukung kebutuhan infrastruktur perusahaan.

2.5 Struktur Organisasi Unit Bisnis MyValue



Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi My Value
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Gambar 2.4 menunjukkan struktur organisasi pada *Customer Facing Platform* (CFP) tahun 2026. Pada struktur ini, pemegang mendapatkan peran sebagai *Social Media & Publication Internship* ditempatkan di divisi *Marketing* yang berada di bawah naungan *Marketing Manager*, yaitu Bapak Iwan Hamid A.

Dalam menjalankan kegiatan magang, pemegang secara langsung dibimbing oleh mentor yaitu Syuhuva Aufie yang menjabat sebagai *Social Media & Publication*. Peran mentor sangat membantu dalam memberikan arahan, *insight*, serta evaluasi terhadap pekerjaan yang pemegang lakukan, khususnya dalam bidang pengelolaan konten dan publikasi media sosial.

Divisi Marketing memiliki tanggung jawab dalam merancang, mengelola, dan mengeksekusi strategi komunikasi serta promosi untuk produk yang dikembangkan oleh MyValue. Selain itu, divisi *Marketing* juga berperan dalam mengembangkan konsep *event* dan *activation*, baik secara *online* maupun *offline*, guna meningkatkan *awareness*, *engagement*, serta interaksi dengan audiens.

Salah satu tanggung jawab utama divisi *Marketing* adalah memenuhi KPI dalam pelaksanaan *event* tahunan MyFest (MyValue Festival), yaitu sebuah *event* besar yang menjadi salah satu inisiatif utama MyValue. Event ini dikelola dan dikoordinasikan langsung oleh tim *Marketing* sebagai bentuk aktivasi *brand* serta upaya meningkatkan *engagement* dengan pengguna secara lebih luas.

Sebagai bagian dari tim *Social Media & Publication*, pemegang turut berkontribusi dalam proses perencanaan konten, produksi konten, serta publikasi di berbagai platform digital. Selain itu, pemegang juga terlibat dalam mendukung kebutuhan promosi untuk *event* dan *activation*, termasuk MyFest, seperti pembuatan materi publikasi dan pengelolaan komunikasi digital.

Pemegang juga secara rutin menyusun *monthly report* yang berisi data performa media sosial, seperti pencapaian KPI (*Key Performance Indicators*) meliputi *engagement*, *reach*, *impressions*, serta pertumbuhan akun. Laporan

tersebut mencakup performa beberapa platform, yaitu Instagram MyValue, Instagram MyFest, serta TikTok MyValue.

Hasil analisis tersebut kemudian dilaporkan kepada *General Manager Customer Facing Platform*, yaitu Bapak Vebri Anggara, sebagai bahan evaluasi dan dasar dalam pengambilan keputusan strategis terkait pengembangan konten, *campaign*, serta aktivitas *digital marketing* ke depannya.

