

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

2.1.1 Perusahaan Induk - Kompas Gramedia



Gambar 2.1 Logo Kompas Gramedia
Sumber: Arsip Grid Network.

Kompas Gramedia yang biasa disingkat KG merupakan sebuah induk perusahaan besar yang membawahi banyak media massa di Indonesia sebagai pusat arus informasi, mulai dari cetak, *broadcast*, hingga *online*. Melalui sejarah panjangnya, Kompas Gramedia telah berdiri selama kurang lebih 59 tahun ini didirikan oleh dua tokoh *iconic* dan tak asing lagi karena beliau termasuk pengusaha media besar di Indonesia, yang bernama Jakob Oetama dan PK.Ojong. Kompas Gramedia diawali sebagai sebuah perusahaan media massa dan juga penerbit majalah cetak *Intisari* di 17 Agustus 1963. Mengalami gempuran era digitalisasi dan banyaknya perubahan yang hadir, tidak membuat perusahaan Kompas Gramedia bergerak hanya di satu bidang saja. Kompas Gramedia mampu dapat bertahan dengan visi misinya yang sebagai perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu, dan tersebar di Asia Tenggara melalui usaha berbasis pengetahuan yang terus menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan, adil dan sejahtera.

Media sebagai unit utama bisnis Kompas Gramedia mengedepankan nilai kredibilitas atas penyajian informasinya, serta lengkap, dan akurat yang telah disampaikan melalui lebih dari 150 *brand* media cetak, elektronik, dan *broadcast*. Hingga saat ini ternyata Kompas Gramedia secara dinamis mampu menanggapi perubahan dengan turut melebarkan bidang bisnisnya yang semula hanya berfokus pada dunia penerbitan dan tayangan informasi melalui media massa yang dimilikinya sebagai unit bisnis utama, hingga saat ini Kompas Gramedia sudah menaungi lebih dari 400 bisnis dari sektor media massa, *retail* dan *publishing*, *hospitality*, manufaktur, edukasi, properti dan infrastruktur, *event* dan *venue*, hingga digital (Kompas Gramedia, 2022).

2.1.2 KG MEDIA



Gambar 2.2 Logo KG Media
Sumber: Arsip Grid Network.

KG Media merupakan sebuah perusahaan yang berdiri di bawah induk perusahaan besar Kompas Gramedia dalam unit bisnisnya *media & publishing* yang diresmikan dan sejak 23 November 2018. Adanya gempuran era disrupsi digital yang massif di Indonesia, dijadikan sebagai peluang dalam mempertahankan eksistensi Kompas Gramedia yang sudah dikenal dengan perusahaan media massa berbasis besar di Indonesia dan lahirlah unit bisnis KG Media itu sendiri yang khusus bergerak dalam melayani audiens serta pengadaan *brand* media cetak, broadcast, dan *online* sebagai cakupan yang besar. Pada awal diresmikannya, KG Media juga memiliki *tagline* “*Get Connected with The Trusted Partner*” yang merangkum bentuk transformasi baru KG Media untuk tidak meninggalkan identitas jati dirinya yang lahir dari perusahaan media terpercaya, serta membawa kiprahnya yang semakin kuat dan optimis untuk tetap dapat menjadi lebih dari sekadar perusahaan media, tetapi juga mitra komunikasi. KG Media memiliki semangat untuk mencerahkan masyarakat Indonesia dengan memberikan pengetahuan, keterampilan, dan layanan yang kredibel, serta saling menjangkau masyarakat Indonesia.

Akibat perubahan transformasi dalam grup Kompas Gramedia yang lebih bergerak ke arah *consumer-centric* ini di bawah nama “KG Media” memiliki komitmen “*Trusted Connected*” yang tertulis pada logo utamanya, dan bermakna untuk selalu mampu menghadirkan kekuatan terhadap konten yang luas dengan telah menjangkau besaran audiens sebanyak 60,7% *total reach* populasi di Indonesia (KG Media, 2021), berkualitas, terpercaya dengan melalui berbagai sistem *multi-platform* terdiri dari: KG Print Media (Kompas, Kontan, Tribun, dan Grid Network), KG Broadcast Media (KompasTV, Radio Sonora, Smart FM, dan Motion Radio), dan KG Digital Media (Kompas.com, Kompas.id, Kompasiana,

kontan.co.id, Gridoto.com, Bolasport.com). KG Media KG Media juga memiliki tim solusi konten, tim ahli strategi pemasaran *influencer*, tim solusi investasi media, tim solusi pemasaran olahraga, dan telah menyelesaikan ekosistem dengan tim solusi strategi dan komunikasi.

2.1.3 Grid Network



Gambar 2.3 Logo Grid Network
Sumber: Arsip Grid Network.

Grid Network merupakan sebuah salah satu unit bisnis dari induk perusahaan Kompas Gramedia yang turut bertransformasi di tahun 2018. Grid Network pada awalnya merupakan *Kompas Gramedia Group of Magazine* atau sebuah bagian penerbitan majalah bergenre hiburan dan gaya hidup milik Kompas Gramedia. Grid Network saat ini telah berkembang menjadi *platform* informasi *print* dan *digital*, serta turut memahami perilaku konsumen dan keterkaitannya dengan pembaca di Indonesia. Grid Network memiliki logo yang bertuliskan “*move real audience*”, yang tercermin dari visinya yaitu dalam membangun sebuah komunitas secara nyata (*real community*) dengan berbagai program aktivitas dan peka terhadap para *audience*, serta misi dari Grid Network itu sendiri yang turut terlibat aktif dengan para *real community* dalam menciptakan sebuah interaksi secara langsung. Sehingga *audience* yang tumbuh sangat memiliki kedekatan pembaca. Grid Network berupaya memenuhi kebutuhan informasi pasar *audience* dan para komunitas dengan telah mengembangkan *sub channel media network* ke dalam empat segmentasi kebutuhan pembaca, yang terdiri dari:

1. *Female media*: Terdiri dari beberapa department media, seperti Nova, Parapuan, Grid.id, Stylo, GridPop, GridHealth, Cewekbanget.id, Nakita.id, dan Sajjiansedap.
2. *Male media*: Terdiri dari beberapa department media, seperti Haionline.com, NGI (National Geographic Indonesia), Fotokita.net, Intisari,

Sosok.id, Suar.id, InfoKomputer, Idea, Wiken.id, Nextren, GridGames.id, dan MakeMac.id.

3. *Automotive media*: Terdiri dari beberapa department media, seperti Gridoto.com, Otomania.com, Otorace, Otomotif & Otomotifnet.com, Jip.co.id, Otoseken.com, Motorplus *Online*, dan Gridmotor.id.
4. *Sports media*: Terdiri dari beberapa department media, seperti Bolasport.com, BolaStlyo, Juara.net, SportFeat, Bolanas, dan Superball.

2.1.3 Otomotif Group



Gambar 2.4 Logo Otomotif Group

Sumber: Arsip Grid Network Otomotif Group

Otomotif Group merupakan sebuah media otomotif terbesar di Indonesia yang bernaung di bawah perusahaan Grid Network dan KG Media (PT Penerbitan Sarana Bobo). Otomotif Group telah berpengalaman selama 30 tahun hadir dalam industri media sejak 10 Mei 1991, diawali dengan hadir sebagai media cetak “Tabloid Otomotif” merupakan tabloid mingguan kendaraan roda dua dan empat yang berdiri dengan sirkulasi nasional. Saat ini Otomotif Group memberikan konten informasi yang lengkap seputar otomotif, pembelian, maupun perawatan kendaraan. Konten yang disajikan oleh media di Otomotif Group ini sangat beragam, mulai dari *review*, *news update*, *comparation*, *consumer guide*, *lifestyle*, dan *community*. Otomotif Group juga berkembang di *media online* secara pesat, apabila dilihat berdasarkan data statistiknya memiliki sebanyak 41.057.307 *total page view* yang merupakan gabungan *all network online media channel* (Google Analytic, July 2022). Memiliki data demografis *audience* sebanyak 69,4% pria, dan 30,6% wanita, serta berada pada rentang umur 18 - 44 tahun.

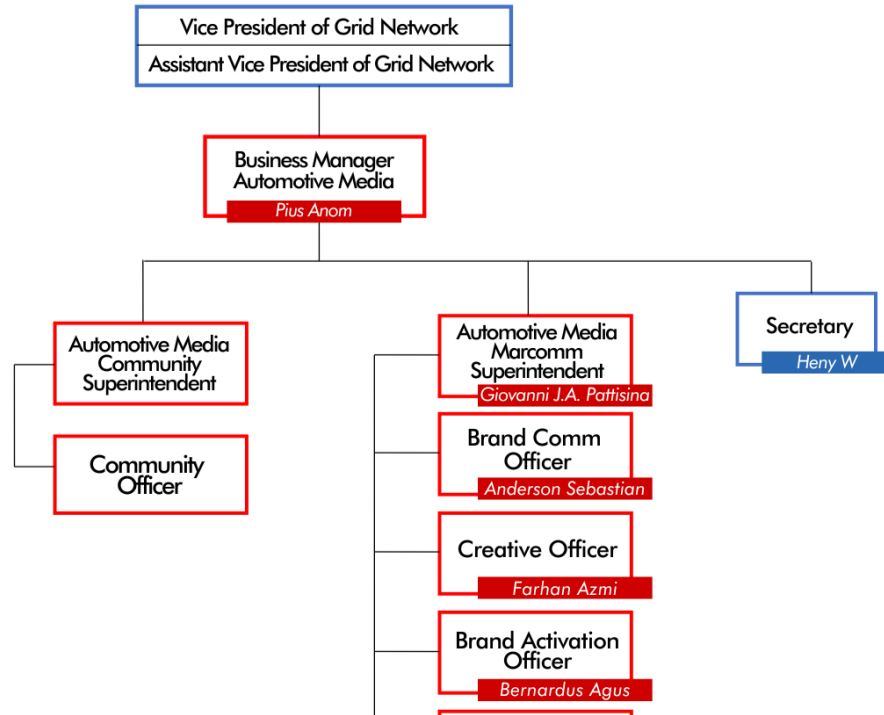
Otomotif Group turut bertransformasi di era disrupsi dengan menghadirkan beberapa platform media *online*, di antaranya ada:

1. Gridoto.com, media portal utama yang mengintegrasikan beberapa portal kanal rubrik *website* di bawah naungan otomotif group, yang menyajikan

berita terbaru tentang mobil baru & sepeda motor, uji berkendara atau naik. Tips dan trik tentang otomotif (modifikasi, harga, perbandingan).

2. Otomotif & Otomotifnet.com, melalui tabloid dan *online* membahas berita otomotif baik lokal maupun *Internasional* dengan komprehensif dan dapat diandalkan, kontennya berupa *test drive and ride, modification, automotive business, dan sport.*
3. Motorplus*online*, media portal yang menyediakan berita dan ulasan tentang sepeda motor dari sudut pandang teknis. Kontennya berupa pengetahuan produk tentang teknologi sepeda motor, *review* produk baru, motogp, dan *safety riding.*
4. Otorace, media portal yang khusus menyediakan konten tentang tentang semua balapan di dunia.
5. Otomania.com, media portal yang menyediakan konten komparasi dari perspektif otomotif lokal & keterlibatan masyarakat, *product test, dan community event.*
6. Gridmotor.id, media portal yang menyediakan konten gaya hidup dan perspektif dari seorang pengendara motor.
7. Jip.co.id, media portal yang menyediakan konten seputar aktivitas *off road,* dan *on road* sebuah kendaraan “Jeep”, *double cabin, motortrail, restoration, dan event.*
8. Otoseken.id, media portal yang menyediakan konten *review* dari kendaraan bekas pakai (*price, how to buy, tips, dan showroom*).

2.2 Struktur Organisasi Grid Network - Otomotif Group



Gambar 2.5 Struktur Perusahaan Grid Network Otomotif Group – Marcomm & Activation Section

Sumber: Arsip HR Grid Network, 2022.

Berdasarkan struktur perusahaan Grid Network Otomotif Group–*Marcomm & Activation Section*, ruang lingkup kerja Praktikan berada di dalam Divisi *Marketing Communication* di bawah komando dari *Business Manager Automotive Media*. Berdasarkan garis struktur perusahaan, Seorang *Business Manager* membawahi dua bagian divisi, yaitu *Community* dan *Marcomm*. Pada bagian divisi *Marketing Communication* di Otomotif Group terdiri dari beberapa karyawan yang menjalankan tugas sesuai dengan jabatannya, seperti Giovanni J.A. Pattisina (Lexi) sebagai *Automotive Media Marcomm Superintendent* yang bertugas selayaknya ketua dari divisi *Marketing Communication*, di bawahnya terdapat Anderson Sebastian (Anderson) sebagai *Brand Communication Officer*, Farhan Azmi sebagai *Creative Officer*, Bernardus Agus sebagai *Brand Activation Officer*, Kitto Dananta sebagai *Graphic Designer*. Posisi Praktikan sebagai karyawan magang pada Divisi *Marketing Communication* Grid Network Otomotif Group berada di bawah perintah dan bimbingan dari *Brand Communication Officer* (Anderson) dan *Automotive Media Marcomm Superintendent* (Lexi).

Divisi *Marketing Communication* pada Grid Network Otomotif Group menjalankan dua fungsi, yaitu sebagai *brand owner* dalam memegang *brand* media cetak seperti Tabloid Otomotif, maupun *online media* seperti Gridoto.com, Otomotifnet.com, Jip.co.id, dan Motorplus.com, serta menjalankan *brand communication strategist* yang bertugas untuk menjalankan pengembangan strategi *brand* dalam menyusun strategi konten bagi *brand Internal* Otomotif Group dan *client/partner*, merancang kebutuhan *special event*, baik *event Internal* yang dimiliki oleh Otomotif Group, maupun *event brand external* tiap tahunnya.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Otomotif Group tiap tahunnya aktif melakukan kegiatan *Internal* perusahaan hingga *special event*, baik secara *online (digital)* maupun *offline*, di antaranya terdiri sebagai berikut:

2.3.1. Digital Activity

1. *Back to 90s*: Merupakan sebuah kegiatan *online* yang diadakan oleh Otomotif Group saat masa pandemi COVID-19. *Back To 90s* diadakan sebagai sebuah momen nostalgia *90s petrol head* atau para pecinta mobil di era 90s. Menargetkan sebanyak 200 peserta untuk mengikuti sebuah kompetisi foto, serta kisah berdasarkan *caption* di balik mobil-mobil di era 90-an yang diadakan melalui Instagram @otomotifweekly. Pemenang dari kegiatan ini akan mendapat *voucher* belanja sebagai hadiah utama.
2. *Do – Nation Online*: Merupakan sebuah kegiatan *online* yang diadakan oleh Otomotif Group saat masa pandemi COVID-19. Kegiatan *Do – Nation* termasuk ke dalam CSR perusahaan, yang secara aktif membantu orang-orang yang terdampak COVID dengan membuka donasi secara *online*, kegiatan lelang barang-barang otomotif *preloved* dari selebriti, pembalap, tokoh masyarakat dan tokoh lainnya, serta menyumbangkan setengah dari hasil penjualannya melalui sosial media Otomotif Group. Selain itu juga pada kegiatan ini mengajak kerja sama *platform e-commerce* sebagai *official marketplace* kegiatan *Do – Nation*.
3. Ngobrol Virtual (#Ngovi): Merupakan sebuah kegiatan *online* yang diadakan oleh Otomotif Group saat masa pandemi COVID-19. Ngobrol Virtual diskusi dengan audiens dan mengundang para ahli dan praktisi

lintas industri dan spesialisasi. Dengan tujuan untuk mendidik audiens tentang masalah terkini terjadi di dalam dunia otomotif.

4. *Digital Modification Contest* (Digimods): Merupakan sebuah kegiatan kompetisi secara *online* yang mengundang para pecinta modifikasi otomotif untuk membuat kreasi modifikasi di motor maupun mobil, terbagi untuk 2 kelompok partisipan, yaitu *general* dan *student participant*. Digimods terbagi menjadi 3 kategori penilaian, yaitu: *elegant modification*, *daily modification*, dan *sport modification*.
5. Fantasy Grand Prix: Merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh Otomotif Group dalam menciptakan inisiatif baru dengan mengundang audiens untuk mengikuti *online league competition* melalui permainan *mobile* MOTOGP. Aktivitas *digital* ini diharapkan mampu meningkatkan *hobby* dan audiens yang mengikuti acara ini dapat mendapatkan hadiah tiap tahunnya.

2.3.2. Offline Activity

1. Otobursa Tumpuk Blek: Merupakan sebuah *annual flagship event* yang diadakan oleh Otomotif Group, sejak tahun 1998 di era krisis moneter di Indonesia, dan bertujuan awal untuk menjawab kebutuhan para pecinta otomotif di Indonesia dalam berpartisipasi pada kegiatan bursa jual beli otomotif terbesar di Asia Tenggara. Pada acara Otobursa Tumpuk Blek juga diadakan *community gathering* dari komunitas pecinta otomotif mobil maupun motor, kompetisi otomotif, serta acara atraksi hiburan otomotif oleh Gajah Monster (GAMON) sebagai aksi menghancurkan mobil yang ditunggu oleh penonton tiap tahunnya.
2. Otomotif Award: Merupakan penghargaan tahunan yang diberikan oleh Otomotif Group kepada merek mobil dan motor dalam memimpin industri dengan inovasi dan teknologinya. Otomotif Award diadakan secara langsung (*offline*) di *ballroom hotel* Jakarta. Para panitia dan penjurian pada acara Otomotif Awards terdiri dari pakar otomotif yang berpengalaman di industri otomotif. Otomotif Award diselenggarakan dengan tujuan dapat menjadi panduan praktis bagi konsumen dalam memilih merk kendaraan yang paling sesuai dengan kebutuhan.

3. Liga Irit: Acara tahunan yang diadakan oleh Gridoto untuk menguji efisiensi bahan bakar dengan menggunakan mobil dan mengundang komunitas. Kegiatan ini adalah sebuah kegiatan perjalanan *test drive* dengan komunitas dari merek mobil yang dipilih hingga menemukan mobil paling efisien.
4. Motorplus Garage (M+ Garage): Merupakan sebuah acara tahunan yang diadakan oleh Tabloid MOTOR Plus. Kegiatan ini dilakukan dengan melibatkan para komunitas otomotif maupun para pembaca. M+ Garage juga dijadikan sebagai wadah untuk para pecinta *custom* otomotif roda dua, karena turut menghadirkan motor *custom* lokal roda dua yang memiliki segudang prestasi, *marketplace spare part* dan modifikasi. Pada event M+ Garage juga memberikan berbagai hiburan untuk menghibur para *bikers*.