

BAB III

PROFIL MEDIA *ONLINE*

A. *Media Online Detik.com*

1. Sejarah Singkat Media

Server detik.com sebenarnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun mulai *online* dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Tanggal 9 Juli itu akhirnya ditetapkan sebagai hari lahir Detik.com yang didirikan Budiono Darsono (eks wartawan DeTik), Yayan Sopyan (eks wartawan DeTik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugrahadi. Semula peliputan utama detik.com terfokus pada berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Baru setelah situasi politik reda dan ekonomi mulai membaik, detik.com memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga.

Dari situlah kemudian tercetus keinginan untuk membangun detik.com yang *update*-nya tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak yang harian mingguan, dan bulanan. Yang dijual detik.com adalah breaking news. Dengan bertumpu pada vivid description macam ini detik.com melesat sebagai situs informasi digital paling populer di kalangan *users* internet.

Detik.com ialah sebuah portal *web* yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Detikcom merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, Detikcom hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, Detik.com merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (*breaking news*). Sejak tanggal 3 Agustus 2011, Detikcom menjadi bagian

dari PT *Trans Corporation*, salah satu anak perusahaan *CT Corp*.

Pada 3 Agustus 2011 *CT Corp* mengakuisisi detikcom (PT *Agronet Multicitra Siberkom/Agrakom*) . Mulai pada tanggal itulah secara resmi detikcom berada di bawah *Trans Corp*. Chairul Tanjung, pemilik *CT Corp* membeli detikcom secara total (100 persen) dengan nilai US\$ 60 juta atau Rp 521-540 miliar. Setelah diambil alih, maka selanjutnya jajaran direksi akan diisi oleh pihak-pihak dari *Trans Corp* - sebagai perpanjangan tangan *CT Corp* di ranah media. Dan komisaris Utama dijabat Jenderal (Purn) Bimantoro, mantan Kapolri, yang saat ini juga menjabat sebagai Komisaris Utama Carrefour Indonesia, yang juga dimiliki Chairul Tanjung. Sebelum diakuisisi oleh *CT Corp*, saham detik.com dimiliki oleh *Agronet Tiger Investment* dan *Mitsui & Co*. *Agronet* memiliki 59% saham di detikcom, dan sisanya dimiliki oleh *Tiger* 39%, dan *Mitsui* 2%.

Pada Juli 1998 situs detik.com per harinya menerima 30.000 *hits* (ukuran jumlah pengunjung ke sebuah situs) dengan sekitar 2.500 user (Pelanggan Internet). Sembilan bulan kemudian, Maret 1999, *hits* per harinya naik tujuh kali lipat, tepatnya rata-rata 214.000 *hits* per hari atau 6.240.000 *hits* per bulan dengan 32.000 user. Pada bulan Juni 1999, angka itu naik lagi menjadi 536.000 *hits* per hari dengan user mencapai 40.000. Terakhir, *hits* detik.com mencapai 2,5 juta lebih per harinya.

Selain perhitungan *hits*, detikcom masih memiliki alat ukur lainnya yang sampai sejauh ini disepakati sebagai ukuran yang mendekati seberapa besar potensi yang dimiliki sebuah situs. Ukuran itu adalah *page view* (jumlah halaman yang diakses). *Page view* detikcom sekarang mencapai 3 juta per harinya. Sekarang detik.com menempati posisi keempat tertinggi dari alexa.com untuk

seluruh kontent di Indonesia.

Kisah awal media Detik ini menjadikan internet sebagai basis pemberitaan, berawal dari kisah pahit yang dialaminya. Ketika pada masa Orde Baru, media ini muncul dalam *format* sebagai majalah mingguan yang mengupas masalah politik sebagai pokok bahasan. Namun, kekuatan Orde Baru yang sangat ketat mengawasi pemberitaan di media massa, memaksa majalah tersebut menyudahi kiprahnya untuk terbit dalam *format* majalah. Hal ini karena Detik dianggap terlalu keras dalam pemberitaannya yang dianggap menyerang penguasa saat itu. Sehingga, dengan keputusan Menteri Penerangan saat itu, majalah Detik bersama Tempo dan forum harus dicabut surat Ijin Usaha Penerbitan yang merupakan surat ijin usaha media massa.

Pada masa ini, Detik.com dikenal sebagai salah satu media yang memberikan citra positif pada pemerintahan Jokowi-JK. Hal ini dimulai saat masa kampanye dimana setiap harinya Detik.com mengeluarkan berita berupa pencitraan positif terhadap Jokowi. Ada dua tokoh penting terkait hal ini, yang nantinya juga akan berpengaruh terhadap pemberitaan di Tolikara.

Pertaa adalah A.M. Hendropriyono, seorang pensiunan TNI, terakhir mengabdikan sebagai Kepala Badan Intelijen Negara (BIN) pada jaman Presiden Megawati, tentunya sudah paham dunia belakang layar, sosok ini merupakan anak emas Megawati terutama dalam mengatur strategi perang Intelijen, dan suatu kebetulan ternyata sosok ini, juga menjabat komisaris di salah satu perusahaan di bawah bendera CT Corporation. S. Bimantoro adalah seorang pensiunan POLRI, terakhir mengabdikan sebagai Kapolri pada jaman Presiden Gus Dur - Megawati, disaat akan berlangsungnya sidang MPR untuk "menjatuhkan" Gus Dur sebagai

Presiden, S.

Kedua adalah Bimantoro, ia berperan dalam mengamankan proses perpindahan kekuasaan kepada Megawati. Setelah Gus Dur mengeluarkan dekrit untuk membubarkan parlemen dan disinyalir meminta beberapa anggota POLRI menangkap pimpinan MPR, mendengar hal tersebut S. Bimantoro memerintahkan anggota lainnya untuk segera menangkalnya, dan juga ternyata sosok ini, sekarang menjabat presiden komisaris di detik.com.

Sumber data : http://www.kompasiana.com/eltc/kenapa-jokowi-dibelai-detik-com_552936fcf17e61084e8b45c6

2. Visi Misi Detik.com

a. Visi Detikcom

Menjadi tujuan utama orang Indonesia untuk mendapatkan konten dan layanan digital, baik melalui internet maupun selular/*mobile*.

b. Misi Detik.com

- Memiliki komitmen tinggi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.
- Memberikan kesejahteraan kepada karyawan dan menjadi tempat yang baik untuk berkarier.
- Memberikan hasil optimal yang berkesinambungan bagi pemegang saham.

Sumber data:

<http://www.websejarah.com/2011/12/sejarah-berdiri-situs-berita-detikcom.html>

<http://www.anneahira.com/detik-com.htm>

<https://id.wikipedia.org/wiki/DetikCom>

B. Media Online Republika

1. Sejarah Singkat Media

ROL hadir sejak 17 Agustus 1995, dua tahun setelah Harian Republika terbit. ROL merupakan portal berita yang menyajikan informasi secara teks, audio, dan video, yang terbentuk berdasarkan teknologi hipermedia dan hiperteks.

Republika adalah koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia. Penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang kalangan umat Islam, khususnya para wartawan profesional muda yang dipimpin oleh ex wartawan Tempo, Zaim Uchrowi yang telah menempuh berbagai langkah. Kehadiran Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang saat itu diketuai BJ Habibie dapat menembus pembatasan ketat pemerintah untuk izin penerbitan saat itu memungkinkan upaya-upaya tersebut berbuah. Republika terbit perdana pada 4 Januari 1993.

Koran ini terbit di bawah bendera perusahaan PT Abdi Bangsa. Setelah BJ Habibie tak lagi menjadi presiden dan seiring dengan surutnya kiprah politik ICMI selaku pemegang saham mayoritas PT Abdi Bangsa, pada akhir 2000, mayoritas saham koran ini dimiliki oleh kelompok Mahaka Media.

PT Abdi Bangsa selanjutnya menjadi perusahaan induk, dan Republika berada di bawah bendera PT Republika Media Mandiri, salah satu anak perusahaan PT Abdi Bangsa. Di bawah bendera Mahaka Media,

kelompok ini juga menerbitkan Majalah Golf Digest Indonesia, Majalah Parents Indonesia, stasiun radio Jak FM, Gen FM, Delta FM, FeMale Radio, Prambors, Jak tv, dan Alif TV.

Walau berganti kepemilikan, Republika tak mengalami perubahan visi maupun misi. Namun harus diakui, ada perbedaan gaya dibandingkan dengan sebelumnya. Sentuhan bisnis dan independensi Republika menjadi lebih kuat. Karena itu, secara bisnis, koran ini terus berkembang. Republika menjadi makin profesional dan matang sebagai koran nasional untuk komunitas muslim.

Direktur utama Republika saat ini adalah Erick Thohir yang juga merupakan Ketua Umum Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI) periode 2010 - 2013.

Dengan kemajuan informasi dan perkembangan sosial media, ROL kini hadir dengan berbagai fitur baru yang merupakan percampuran komunikasi media digital. Informasi yang disampaikan diperbarui secara berkelanjutan yang terangkum dalam sejumlah kanal, menjadikannya sebuah portal berita yang bisa dipercaya. Selain menyajikan informasi, ROL juga menjadi rumah bagi komunitas. ROL kini juga hadir dalam versi *English*.

SumberData :

<http://www.republika.co.id/page/about>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Republika> (surat kabar)

2. Filosofi Republika Online

Sebagai media online yang telah berdiri belasan tahun silam,

Republika Online memiliki tagline yaitu “JendelaUmat”. Tagline tersebut memiliki arti bahwa Republika online berkeinginan untuk mengantarkan masyarakat Indonesia memasuki era baru media konvergen yang akan mempengaruhi berbagai perubahan di segala aspek, menjadikan Republika online sebagai media umat yang terpercaya dan mengedepankan nilai-nilai universal yang sejuk, toleran, aman, cerdas dan professional, namun mempunyai prinsip dalam keterlibatannya menjaga persatuan dan kesatuan bangsa dan kepentingan umat Islam berdasarkan pemahaman rahmatanlil’alamiin (rahmat bagi seluruh alam). Makna Jendela Umat disini adalah keinginan Republika online untuk muslim di Indonesia agar memiliki wawasan serta pegangan kebenaran seputar berita Islam dan juga berita umum.

Tagline Republika online di atas sejalan dengan prinsip-prinsip dasar Republika online itu sendiri yakni:²⁸

- a. Mengutamakan berita dan informasi interaktif dalam format *citizen journalism*
- b. Mengutamakan ruang luas bagi *content how to, tips, people,* dan *Services*
- c. Santun, ramah dan akrab dengan keluarga
- d. Dekat dengan semua komunitas
- e. Mengutamakan berita dan informasi keislaman
- f. Menyeimbangkan *good news* dengan *bad news*
- g. Menyajikan berita secara ringkas dan cepat, mudah diakses.

²⁸ *Company Profile* Republika online