

BAB II

PROFIL MEDIA

Pada bab ini akan di bahas mengenai profil surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com serta penelitian terdahulu yang pernah dilakukan terkait analisis *framing* dengan model analisis *framing* Pan dan Kosicki pada pemberitaan di media *online*. Berikut penjelasannya.

A. Profil Detik.com

Dalam sub bab ini penjelasan ini akan dimulai dari sejarah berdirinya portal berita Detik.com yang diawali dengan berdirinya PT. Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom) yang merupakan pendiri situs Detik.com.

1. Sejarah Detik.com

Detik.com sebenarnya boleh dikatakan sebagai bentuk transformasi dari majalah DeTik. Majalah DeTik adalah sebuah majalah politik yang didirikan oleh Eros Djarot bersama dengan mahasiswa dari berbagai universitas di Indonesia. 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 (Rohyadi, 2013: 51).

Sejarah Detik.com tak lepas dari kisah sukses seorang milyarder lokal yang lahir dari bisnis *dotcom* yakni Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo). Jauh sebelum Detik.com lahir, Abdul Rahman yang hobi mengutak-atik komputer membuka perusahaan pendesain situs bersama temannya, Budiono Darsono (eks wartawan DeTik), Yayan Sopyan (eks redaktur tabloid DeTik) dan Didi Nugrahadhi yakni pada September 1995 yang diberi nama Agronet Multicitra Siberkom atau disingkat Agrakom dengan modal awal seratus juta atau setara 40 ribu dolar AS saat itu (Guritno, 2011: 42)

Berkantor di Jakarta Selatan, klien pertama yang berhasil Agrakom adalah harian Kompas untuk memperbaiki desain situs yang sudah ada. Sukses ini kemudian diikuti dengan klien lain seperti Grup Astra, United Tractor, PT Timah, BCA, Satelindo yang mulai mengalir deras dan hanya dalam dua tahun, Agrakom sudah mengeruk pendapatan sebesar 800 ribu dolar AS. Karyawan pun bertambah banyak dari awalnya hanya 8 menjadi 30 orang. Namun sukses Agrakom dihajar badai krisis moneter yang menerpa banyak negara Asia tak terkecuali Indonesia pada tahun 1997. Ini lantaran sewa server di Amerika Serikat dan jasa Agrakom memakai kurs dolar AS. Klien-klien mulai banyak yang mengeluh karena nilai dolar terus membumbung. Biaya operasi yang membengkak karena depresiasi rupiah serta penurunan order sempat membuat Abdul Rahman was-was karena banyak perusahaan *dotcom* mulai bertumbangan. Sepi order yang lantas membuat banyak karyawannya menganggur, membuat Abdul Rahman kepikiran untuk membuat situs sendiri, meniru Yahoo.com sebagai *search engine global*. Namun pada saat itu Budiono mengusulkan untuk membuat situs berita dengan konsep

breaking news yang terus menerus diupdate. Dan akhirnya pada 9 Juli 1998 dengan tenaga awal tiga orang reporter dengan Budiono sendiri bertugas sebagai *gatekeeper* di depan komputer untuk menerima laporan berita dari reporter, Detik.com online untuk pertama kalinya (Guritno, 2011: 42-43).

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 (Rohyadi, 2013: 50).

Pada tahun 1999 Detik.com menjadi situs web terpopuler di Indonesia yang hadir dengan slogan utamanya yaitu “*Breaking News*”. Slogan tersebut memiliki pengertian bahwa Detik.com merupakan suatu situs berita yang menyajikan informasi terkini dan terus diperbaharui setiap waktunya. Adapun berita yang dihadirkan saat itu adalah berita sosial politik. Pada tanggal 9 Februari 2000, PT. Agranet Multicitra Siberkom meluncurkan Detik.com sebagai portal umum (Harjantho, 2012: 30)

Detik.com 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). Untuk melihat *page view* dari Detik.com dapat dilihat dari situs Alexa.com yang

merupakan situs penghitung jumlah pengunjung di suatu situs. Data dari Alexa.com saat ini Detik.com menduduki peringkat ke delapan untuk situs yang paling sering di kunjungi di Indonesia. Untuk dunia internasional, Detik.com mencapai peringkat 389. Setiap harinya, Detik.com dibaca atau dikonsumsi sebesar 6,49% (<http://www.alex.com/siteinfo/detik.com>, diakses tanggal 16 Mei 2015 pukul 15:50 WIB).

Saat ini, Detik.com tidak hanya bisa diakses melalui PC atau laptop melainkan sudah bisa diakses dari *gadget* atau telpon genggam hanya dengan mendownload aplikasi Detik.com via Android. Hal ini memudahkan pembaca untuk mengetahui seputar informasi dalam waktu yang sangat cepat dan mudah diakses.

2. Kepemilikan Detik.com

Detik.com hadir pertama kalinya pada tahun 1998 dengan kepemilikan sepenuhnya oleh PT. Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom). Seiring perkembangannya waktu, Agrakom kemudian berbagi kepemilikan portal berita tersebut dengan pihak lain. Agrakom memiliki 59% saham di Detik.com, dan sisanya dimiliki oleh Tiger Investment sebesar 39% dan Mitsui & Co sebesar 20%. Akan tetapi pemilik saham minoritas dari Detik.com tersebut melepas kepemilikan sahamnya untuk ekspansi bisnis (<http://kabar24.bisnis.com/read/20110629/186/38484/chairul-tanjung-akuisisi-detik-dot-com>, diakses tanggal 16 Mei 2015 pukul 16:34 WIB).

Pada tanggal 3 Agustus 2011, Detik.com (PT. Agranet Multicitra Siberkom) resmi dibeli oleh Chairul Tanjung (pemilik PARA Group) dan diakuisisi 100% dengan nilai pembelian US\$60 juta atau sekitar 521-540 miliar dalam nilai Rupiah (<http://www.lensaindonesia.com/2011/08/04/detikcom-resmi-dibeli-chairul-tanjung-terjual-rp-540-miliar>, diakses tanggal 16 Mei 2015 pukul 16:46 WIB).

Akuisisi detikcom (PT Agranet Multicitra Siberkom/Agrakom) oleh PARA Group akhirnya tuntas. Acara buka puasa bersama pada Rabu, 10 Agustus 2011, menjadi pertemuan pertama manajemen baru dengan para karyawan detikcom. Dalam pertemuan itu, Budiono Darsono selaku pendiri Detik.com, mantan pemilik Agrakom, memberikan sambutan sekaligus menyampaikan susunan manajemen Detik.com yang baru setelah diakuisisi. Selain itu Chairul Tanjung, selaku pembeli Detik.com memberikan sambutannya. Banyak hal yang disampaikan Chairul, termasuk keinginannya agar Detik.com semakin meningkatkan kecepatan dan akurasi beritanya. Chairul juga meminta agar Detik.com tidak dijadikan alat politik tertentu. (<http://suratbuncit.detik.com/read/2011/08/12/113903/1702247/238/detikcom-dan-manajemen-baru>, diakses tanggal 16 Mei 2015 pukul 16:56 WIB).

Dalam dunia bisnis, Chairul Tanjung memiliki tiga lini bisnis. **Pertama**, *financial services* yang berada di bawah Mega Corpora. Selain mengendalikan Bank Mega, Chairul Tanjung juga memiliki Bank Mega Syariah. Juga masuk ke bisnis pembiayaan lewat PT Para Multifinance, PT Mega Central Finnace, dan PT Mega Oto Finance. **Kedua**, Di bisnis asuransi, CT Corp mengibarkan PT Mega

Insurance. **Ketiga**, sektor media, *lifestyle* dan hiburan. Dikendalikan oleh Trans Corpora, serta sektor sumber daya alam yang berada di bawah CT Global Resources. Pada pertengahan Maret 2010, Chairul Tanjung melalui PT Trans Retail, mengakuisisi 40% saham PT Carrefour Indonesia. Trans Retail yang merupakan anak usaha Trans Corp- perusahaan induk CT Corp di sektor media, *lifestyle*, ritel, dan entertainment--membeli saham milik Carrefour SA di PT Carrefour Indonesia. Melalui akuisisi itu, Trans Corp menjadi pemegang saham tunggal terbesar di PT. Carrefour Indonesia (<http://kabar24.bisnis.com/read/20110629/186/38484/chairul-tanjung-akuisisi-detik-dot-com>, diakses tanggal 16 Mei 2015 pukul 16:34 WIB).

Berikut susunan manajemen baru Detik.com setelah diakuisisi oleh Chairul Tanjung:

Komisaris Utama	: Drs Raden Suroyo Bimantoro
Wakil Komisaris Utama	: Zainal Rahman
Komisaris	: Sutrisno Iwantono, Calvin Lukmantara
Direktur Utama	: Abdul Rahman
Wakil Dirut	: Budiono Darsono
Direktur Sales Marketing	: Nur Wahyuni Sulistiowati
Direktur Entertainment	: Wishnutama Kusubandio
Direktur IT	: Andry S Huzin
Direktur Keuangan dan HRD	: Warnedy

3. Susunan Redaksi Detik.com

Dengan di akuisisinya Detik.com oleh Chairul Tanjung maka selanjutnya jajaran redaksi diisi oleh pihak-pihak dari Trans Corp. Berikut adalah jajaran redaksi dari Detik.com saat ini, yang di ambil dari situs Detik.com

Tabel 2.1

Susunan Redaksi Detik.com Tahun 2015

Pemimpin Redaksi	:	Arifin Asyhad
Wakil Pemimpin Redaksi	:	Ine Yordenaya
Dewan Redaksi	:	Budiono Darsono, Iin Yumiyanti
Redaktur Eksekutif	:	Nurul Hidayati
Redaktur Pelaksana	:	Andi A. Sururi (detiksport), Is Mujiarso (detikhot), Ardhi Suryadi (detikinet), Indra Subagja (detiknews), Dadan Kuswaraharja (detikoto), Nurvita Indarini (detikhealth), Fitriya Ramadhanny (detiktravel), Odilia Winneke (detikfood), Ferdy Thaeras (wolipop), Dikhy Sasra (detikfoto), Gagah Wijoseno (Koordinator Liputan), Triono Wahyu S (Koordinator Liputan Daerah/Luar Negeri)
		<p>DetikNews: Ahmad Juwari, Ahmad Toriq, Andi Saputra, Andri Haryanto, Danu Damajati, Edward Febriyatri Kusuma, Elvan Dany Sutrisno, E. Mei Amelia R, Fajar Pratama, Ferdinan, Hestiana Dharmastuti, Luhur Hertanto, Mega Putra Ratya, M Iqbal, Moksa Hutasoit, M Taufiqqurahman, Nala Edwin, Niken Widya Yunita, Nograhany Widhi K, Novi Christiastuti Adiputri, Nur Khafifah, Pandu Triyuda, Prins David Saut, Ramdhan Muhaimin, Rachmadin Ismail, Ray Jordan, Rina Atriana, Rini Friastuti, Rivki, Rita Uli Hutapea, Salmah Muslimah, Septiana Ledysia.</p> <p>DetikFinance: Wahyu Daniel (Wakil Redaktur Pelaksana) Angga Aliya ZRF, Dewi Rachmat Kusuma,</p>

	<p>Feby Dwi Sutianto, Herdaru Purnomo, Maikel Jefriando, Ramdhania El Hida, Rista Rama Dhany, Suhendra, Wiji Nurhayat, Zulfi Suhendra.</p> <p>DetikSport: Doni Wahyudi (Wakil Redaktur Pelaksana), Amalia Dwi Septi, Eddward Samadyo Kennedy, Fredy Meylan Ismawan, Kris Fathoni W, Lucas Aditya, Mohammad Resha Pratama, Novitasari Dewi Salusi, Okdwitya Karina Sari, Rossi Finza Noor.</p> <p>DetikHot: Han Kristi (Wakil Redaktur Pelaksana), Adie Ichsan, Annisa Steviani, Devy Octafiani, Fakhmi Kurniawan, Herianto Batubara, Kantik Arum Kinanti, Komario Bahar, Mahardian Prawira Bhisma, Nugraha Rodiana, Prih Prawesti, Yulia Dian Candra Kusuma</p> <p>Detikinet: Achmad Rouzni Noor II, Fino Yurio Kristo, Rachmatunnisa, Santi Dwi Jayanti, Susetyo Dwi Prihadi, Trisno Heriyanto, Yudhianto, Josina</p> <p>DetikFood: Deani Sekar Hapsari, Dyah Oktabriawatie, Fitria Rahmadiani, Flora Febrianindya</p> <p>DetikOto: Aditya Maulana, Luthfi Andika, Muhammad Ikhsan, Syubhan Akib</p> <p>DetikHealth: AN Uyung Pramudiarja (Wakil Redaktur Pelaksana), Linda Mayasari, Merry Wahyuningsih, Putro Agus Harnowo, Rahma Lillahi Sativa, Suherni</p> <p>DetikTravel: Afif Farhan, Faela Shafa, Putri Rizqi Hernasari, Sri Anindiati Nursastri</p> <p>Wolipop: Eny Kartikawati (Wakil Redaktur Pelaksana), Hestianingsih, Kiki Oktaviani, Eya Ekasari, Dona Rema, Mohammad Abdoeh</p> <p>DetikTV: Niki Charles (Executive Producer), M Fauzan Mukrim, Adri Adianto, Ahmad Triyanto, Diana Dwika, Dwiki Marta, Endah Nuraeni, Ivantri, Gunandi Budiharjo, M Rasyid, Robby Iskandar, Supriyanto, Yusup Saepudin.</p> <p>DetikFoto: Ari Saputra, Agung Phambudhy, Rachman Haryanto, Rengga Sancaya, Hasan Alhabshi, Agus Purnomo, Aries Suryono</p>
--	--

Sumber: (<http://dapur.detik.com/inside/1/redaksi>, diakses tanggal 15 Mei 2015 pukul 19:34 WIB)

4. Hal-hal yang ditampilkan Detik.com

Detik.com merupakan salah satu situs yang populer di Indonesia. Pada awalnya Detik.com hanya menawarkan tampilan berita aktual yang diperbaharui setiap waktu. Detik.com kemudian hadir dengan tema “*Breaking News*”. Oleh sebab itu Detik.com hadir sebagai situs berita yang memberikan informasi terbaru bagi para pengunjung situs tersebut.

Dengan meningkatnya kebutuhan khalayak akan informasi dan hiburan, maka Detik.com yang awalnya hanya menyajikan berita seputar sosial politik mulai menyajikan berita seputar gaya hidup, olahraga, ekonomi, dan lain-lain. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kanal berita yang disajikan dalam Detik.com. Adapun kanal berita yang ditampilkan adalah sebagai berikut:

- DetikNews : berisi tentang informasi berita politik-peristiwa
- DetikFinance : memuat berita ekonomi dan keuangan
- DetikFood : informasi tentang resep makanan dan kuliner
- DetikHot : berita info gosip artis/ selebritis dan infotainment
- DetikNet : memuat informasi teknologi dan informasi
- DetikSport : berisi info olahraga termasuk sepak bola
- DetikHealth : memuat info dan artikel kesehatan
- DetikTv : memuat berita dalam tampilan video
- DetikFoto : memuat berita tentang foto
- DetikTravel : memuat informasi tentang liburan dan pariwisata
- DetikSurabaya: memuat info mengenai Surabaya dan Provinsi Jawa Timur
- DetikBandung : memuat info mengenai Bandung dan Provinsi Jawa Barat
- DetikForum : tempat diskusi online antar pengguna forum pengguna detik.com
- BlogDetik : berisi info atau artikel
- Wolipop : berisi informasi mengenai wanita dan gaya hidup
- TanyaSaya : tempat para pengakses tanya jawab mengenai hal apapun

- DetikMap : semacam alat/tool untuk melihat peta dan lokasi
- IklanBaris : berisi iklan yang langsung di isi konsumen
- MyTrans : live streaming dari trans tv dan trans7
- HarianDetik : berisi berita dalam bentuk koran digital
- DetikOto : memuat informasi mengenai otomotif (detik.com)

B. Profil Kompas.com

1. Sejarah Kompas.com

Kompas.com dimulai pada tahun 1995 dengan nama Kompas *Online*. Kompas *Online* pada awalnya hanya berperan sebagai edisi internet dari Harian Kompas. Kemudian tahun 1998 Kompas *Online* bertransformasi menjadi Kompas.com dengan berfokus pada pengembangan isi, desain, dan strategi pemasaran yang baru. Kompas.com pun memulai langkahnya sebagai portal berita terpercaya di Indonesia. Berbicara tentang Kompas.com tentunya tidak bisa dilepaskan dari harian Kompas sebagai induknya dimana Kompas didirikan sebagai corong partai Katolik pada masa pemerintahan Soekarno (Ana, 2012: 149-150). Oleh karena itu, Ideologi Kompas.com sangat berkaitan erat dengan ideologi harian Kompas.

Sepuluh tahun kemudian, pada tahun 2008 Kompas.com tampil dengan perubahan penampilan yang signifikan. Mengusung ide “*Reborn*”, Kompas.com membawa logo, tata letak, hingga konsep baru di dalamnya. Menjadi lebih kaya, lebih segar, lebih elegan dan tentunya tetap mengedepankan unsur *user-friendly* dan *advertiser-friendly*. Sinergi ini menjadikan Kompas.com sebagai sumber informasi lengkap, yang tidak hanya menghadirkan berita dalam bentuk teks, namun juga gambar, video, hingga *live streaming*. Perubahan ini pun mendorong

bertambahnya pengunjung aktif Kompas.com di awal tahun 2008 yang mencapai 20 juta pembaca aktif per bulan, dan total 40 juta *page views/impression* per bulan. Saat ini, Kompas.com telah mencapai 120 juta *page view* perbulan.

Ternyata perubahan Kompas.com dengan tampilan yang lebih signifikan membawa Kompas.com mendapatkan penghargaan. Pada tahun 2008 Kompas.com meraih penghargaan CAKRAM AWARD sebagai “Perusahaan Pengelola *News Portal* Terbaik” dan sebagai “Portal Berita Paling Populer” versi majalah SWA. Tahun 2009 Kompas.com memenangkan Adam Malik Award dengan kategori “Media *Online* Terbaik dalam Pemberitaan Luar Negeri”. Tidak sampai disitu, terhitung dari 2010 sampai 2012, Kompas.com setidaknya telah mendapatkan 9 penghargaan.

Data dari Alexa.com saat ini, Kompas.com menduduki peringkat ke 11 sebagai situs yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia dan peringkat ke 359 di skala Internasional. Setiap harinya Kompas.com dilihat atau dikonsumsi sebesar 0,81% (<http://www.alex.com/siteinfo/kompas.com>, diakses tanggal 16 Mei 2015 pukul 19:17 WIB).

Pada tahun 2013, Kompas.com kembali melakukan perubahan yaitu, tampilan halaman yang lebih rapi dan bersih, fitur baru yang lebih personal dan sekaligus menambahkan teknologi baru yaitu *Responsive Web Design*. *Responsive Web Design* di halaman baru Kompas.com memungkinkan pembaca dapat menikmati Kompas.com diberbagai format seperti desktop, PC, tablet hingga smartphone dalam satu desain halaman.

2. Kepemilikan Kompas.com

Kompas.com merupakan media online yang dikelola oleh PT. Kompas Cyber Media yang merupakan anak perusahaan dari Kompas Gramedia. Kompas.com adalah surat kabar dalam bentuk digital yang merupakan transisi dari surat kabar Kompas dalam bentuk cetak. Kompas didirikan oleh mendiang PK Ojong (Petrus Kanisius Ojong atau Ojong Peng Koen) bersama Jakob Oetama. Setelah Ojong meninggal, Jakob Oetama-lah yang menjadi nahkoda membesarkan Kompas. Dewasa ini Kompas telah menjadi surat terkemuka di Indonesia dalam rumpun usaha KKG –Kelompok Kompas Gramedia (Hamad, 2004:116)

Dari latar belakang PK. Ojong dan Jakob Oetama sendiri, kesan katolik ini bisa saja orang menangkapnya. Nama Kompas sering diplesetkan dengan Komando Pastor. Namun, sebetulnya Kompas lebih mengutamakan visi humanisme transendental, yang lagi-lagi sering dikaitkan dengan Katolik. Tentang sosok Jakob Oetama sebagai nahkoda Kompas, Frans Seda menulis:

“Jakob melihat posisinya sebagai pengusaha dan wartawan, sebagai Pengabdian. Jakob adalah seorang Humanis; dan Humanis Kristiani. Pengabdian kepada kemanusiaan. Ini kan arti yang paling inti dari Penebusan dan Penyelamatan Kristiani. Tuhan sendiri begitu menghargai Manusia dan kemanusiaan hasil ciptaan-Nya, sehingga mengutus Putera-Nya sendiri untuk datang hidup dengan dan diantara Manusia (Emanuel) untuk mengabdikan dan melalui pengabdian itu membawa Penebusan dan Penyelamatan bagi Manusia. Pengabdian secara profesional sebagai Humanis Kristiani merupakan dasar dari religiositasnya Jakob” (Hamad, 2004:116).

Jakob Oetama sendiri meniali hidup dan profesinya sebagai berikut:
 “Hidup ini seolah-olah sebagai kebetulan-kebetulan, tetapi bagi saya itulah *providentia Dei*, itulah penyelenggaraan Ilahi” (Hamad, 2004:117).

3. Susunan Redaksi Kompas.com

Tabel 2.2

Group of Digital Management Team Kompas.com 2015

Director	:	Edi Taslim
Editorial Department	:	<p>Ahmad Subechi - <i>GM Content Kompas.com</i> Tri Wahono – <i>News Managing Editor</i> Agustinus Wisnubrata – <i>News Assistant Managing Editor</i> J. Heru Margianto – <i>News Assistant Managing Editor</i> Jerry Eddie Nurcahyo Hadiprojo – <i>Video Manager</i></p> <p>Editor: Laksono Hari Wiwoho, Fidel Ali Permana, Glori Kyrious Wadrianto, Farid Assifa, Caroline Sondang Andhikayani Damanik, Ana Shofiana Syatiri, Kistyarini, Hindra, Palupi Annisa Auliani, Desy Afrianti, Egidius Patnistik, Ervan Hardoko, Pipit Puspita Rini, Erlangga Djumena, Bambang Priyo Jatmiko, Albertus Tjatur Wiharyo, Aloysius Gonsaga Angi Ebo, Wicaksono Surya Hidayat, Muhammad Reza Wahyudi, Taslimah Widianti Kamil, Aris Fertonny Harvenda, Lusia Kus Anna Maryati, Deasy Syafrina, I Made Asdhiana, Moh. Latip, Hilda Hastuti, Jodhi Yudono, Fikria Hidayat</p> <p>Reporter: Sandro Gatra Sinaga, Icha Rastika, Sabrina Asril, Fabian Januarius Kuwado, Robertus Belarminus Goo, Indra Akuntono, Josephus Primus, Antonius Tjahjo Sasongko, Yunanto Wiji Utomo, Ferril Dennys Sitorus, Okky Herman Dilaga, Ary Wibowo, Unoviana Kartika S, Oik Yusuf Araya, Maullana, Agung Kurniawan, Donny Apriliananda, Ichsan Suhendra, Christina Andhika Setyanti, Ni Luh Made Pertiwi Finlandiari, Tabitha Diela, Febri Ardani Saragih, Dian Maharani, Azwar Ferdian, Reska Koko, Kurnia Sari Azizah</p> <p>Photo Editor & Photographer: Dino Oktaviano Sami Putra, Heribertus Kristianto Purnomo, Roderick Adrian Mozes</p>

		<p>Language Editing Officer: Erwin Kusuma Oloan Hutapea, Dimas Wahyu Trihardjanto, Eris Eka Jaya</p> <p>Administrative & Secretary: Tania Frederika Titaley, Ira Fauziah</p>
Digital Advertising Division	:	<p>Dhanang Radityo – <i>GM Digital Advertising</i></p> <p>Ilona Juwita – <i>Marketing Manager</i></p> <p>Devie Emza – <i>Marketing Communication Manager</i></p> <p>Amalia Nuraini – <i>Marketing Communication Assistant Manager</i></p>
HR & GA Division	:	M. Trinovita – <i>GM HR & GA</i>
Finance Department	:	Holly Emaria – <i>Finance Assistant Manager</i>
Technology Division	:	<p>Murfi Abbas Hatumena – <i>Technology Assistant Manager</i></p> <p>Ihwan Santoso – <i>Technology Assistant Manager</i></p> <p>Yohanes Kartiko Pambudi – <i>Technology Assistant Manager</i></p> <p>MH Prio Agung Wibowo – <i>Technology Assistant Manager</i></p>
Business Development Department	:	Tommy Anugroho – <i>Business Development Assistant Manager</i>
Grazeria Department	:	Petrus Sarjito – <i>Grazeria Manager</i>
Kompas Karier Department	:	Naomi Octiva Corthyna Naibaho - <i>Kompas Karier Manager</i>
Director's Staff	:	<p>Eberhard Nove Ojong – <i>Digital Media Business Advisor</i></p> <p>Romi Dandiawan – <i>Product Management Specialist</i></p> <p>Anastasia Angeline K – <i>Secretary to Director & GM</i></p>
Kompasiana	:	<p>Pepih Nugraha – <i>Kompasiana Manager</i></p> <p>V. Roro Sekar Wening – <i>Kompasiana Sales Manager</i></p> <p>Iskandar Zulkarnaen – <i>Kompasiana Assistant Manager</i></p>

Sumber: <http://inside.kompas.com/about-us>, diakses tanggal 16 Mei 2015 pukul 20:35 WIB

4. Hal-hal yang ditampilkan Kompas.com

Pada tahun 2008, Kompas.com menghadirkan layanan-layanan terbaru di halaman depan kompas.com. Layanan-layanan tersebut didesain sesuai dengan tema berita. Layanan-layanan tersebut antara lain adalah:

a. KOMPAS Female

Kompas Female yaitu layanan yang berisi informasi seputar dunia wanita, seperti tips-tips seputar karier, kehamilan, cara mengatur keuangan serta informasi belanja.

b. KOMPAS Bola

Kompas Bola yaitu layanan untuk mengetahui informasi terbaru tentang pertandingan sepakbola, hasil skor suatu pertandingan, dan berita seputar tim sepakbola.

c. KOMPAS Health

Berisi tips-tips dan artikel tentang kesehatan, informasi medis terbaru, beserta fitur informasi kesehatan interaktif.

d. KOMPAS Tekno

Mengulas gadget-gadget terbaru di pasaran, menampilkan review produk dan beragam berita teknologi.

e. KOMPAS Entertainment

Menyajikan berita selebriti, ulasan film, musik dan hiburan dalam dan luar negeri.

f. KOMPAS Otomotif

Menampilkan berita-berita seputar kendaraan, trend mobil dan motor terbaru serta tips-tips merawat kendaraan.

g. KOMPAS Properti

Memuat direktori lengkap properti dan artikel tentang rumah, apartemen serta tempat tinggal.

h. KOMPAS Images

Menyajikan foto-foto berita berkualitas dalam resolusi tinggi hasil pilihan editor foto KOMPAS.com.

i. KOMPAS Karier

Kanal yang tak hanya berfungsi sebagai direktori lowongan kerja, namun juga sebagai one-stop career solution bagi para pencari kerja maupun karyawan.

Kompas.com juga telah menciptakan komunitas menulis dengan konsep *citizen journalism* dalam Kompasiana. Setiap anggota Kompasiana dapat mewartakan peristiwa, menyampaikan pendapat dan gagasan serta menyalurkan aspirasi dalam bentuk tulisan, gambar ataupun rekaman *audio* dan video. Kompasiana juga melibatkan kalangan jurnalis Kompas Gramedia dan para tokoh masyarakat, pengamat serta pakar dari berbagai bidang, keahlian dan disiplin ilmu untuk ikut berbagi informasi, pendapat dan gagasan. Kompasiana, yang setiap hari melahirkan 300 hingga 400 tulisan telah berhasil membangun komunitas jurnalisme warga yang mencapai 50.000 anggota.

Demi memudahkan pembaca mencari berita dan mengikuti berita yang diinginkan, kompas.com juga menyediakan kanal Indeks berita pilihan, indeks topik pilihan, indeks terpopuler. Seperti halnya pemberitaan tentang hak angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok yang di tempatkan pada Indeks topik pilihan. Dengan begitu pembaca dapat dengan mudah menemukan berita tentang hak angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok dengan mencarinya di indeks topik pilihan.

C. Polemik Hak Angket

Pada tanggal 26 Februari 2015, sebanyak 106 anggota DPRD DKI Jakarta sepakat mengeluarkan hak angket terhadap Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama. Hak angket merupakan hak DPRD untuk melakukan penyelidikan terhadap suatu kebijakan pemerintah yang penting dan strategis dan berdampak luas pada kehidupan masyarakat yang diduga bertentangan dengan peraturan UU (<http://news.detik.com/read/2015/02/26/150730/2843986/10/ini-alasan-dprd-dki-ajukan-hak-angket-terhadap-ahok?n991104466>, diakses tanggal 31 Maret 2015 pukul 21:31 WIB)

Dikeluarkannya hak angket terhadap Ahok bermula dari sidang paripurna DPRD DKI yang menyetujui APBD 2015 sebesar Rp 73,08 triliun. Pasca pengesahan APBD 2015 sebesar Rp 73 triliun dalam sidang paripurna DPRD DKI pada 27 Januari, Pemprov DKI pun langsung menyerahkan APBD yang telah disetujui bersama ke Kemendagri. Namun, pada awal Februari, Kementerian mengembalikan APBD 2015 dengan alasan ada yang belum lengkap. Kemendagri sendiri sudah menerima berkas APBD 2015 Pemprov DKI pada 5 Februari lalu, di mana dokumen itu sudah dilengkapi surat persetujuan bersama dari DPRD DKI. Namun, masalah datang dari adanya berkas lampiran yang tak sesuai dengan PP No 58 tahun 2005 dan Permendagri No 13 tahun 2006. Selain itu salah satu penyebabnya adalah kesalahan format yang digunakan Pemprov DKI karena seluruh penyusunan APBD-nya menggunakan *e-budgeting* (<http://news.detik.com/berita/2844167/kronologi-ahok-vs-dprd-dari-dana->

siluman-sampai-hak-angket, diakses tanggal 10 Desember 2015 pukul 23:25 WIB).

DPRD menilai penyebabnya adalah karena Ahok menyerahkan APBD yang beda dengan yang disetujui bersama. Wakil Ketua Badan Anggaran DPRD DKI Muhammad Taufik mengatakan APBD yang dikirim tidak mencantumkan kegiatan-kegiatan yang telah dibahas di tiap komisi (<http://news.detik.com/berita/2844167/kronologi-ahok-vs-dprd-dari-dana-siluman-sampai-hak-angket>, diakses tanggal 10 Desember 2015 pukul 23:25 WIB).

Ketika dikonfirmasi soal hal itu, Ahok mengakui bahwa dirinya memang tidak mengirimkan draft APBD yang telah disepakati tersebut. Pasalnya, mantan Bupati Belitung Timur itu menilai, ada dana "siluman" sebesar Rp12,1 triliun yang tiba-tiba muncul di draft tersebut. Ahok juga mengatakan, setelah DPRD DKI menilai APBD yang diajukan Ahok ke Kemendagri tidak sah, DPRD DKI kembali menyerahkan APBD versi mereka, tanpa menggunakan sistem *e-budgeting* yang selama ini digembar-gemborkan oleh Ahok sehingga hal itu membuatnya geram. Ahok berkeyakinan jika format APBD 2015 yang diajukan menggunakan *e-budgeting* tidak akan ada yang bisa diotak-atik. Ia beranggapan jika hal itu diubah-ubah maka akan ada program DKI yang berantakan (<http://www.suara.com/news/2015/02/27/095334/kronologis-konflik-ahok-vs-dprd-dki-jakarta>, diakses tanggal 10 Desember 2015 pukul 23:45 WIB)

Saling tuding pun terjadi antara Ahok dan DPRD DKI yang mengakibatkan hubungan mereka memanas. Puncaknya ketika tanggal 24 Februari 2015 Ahok membeberkan cara DPRD menyelipkan 'dana siluman' dalam APBD 2015 sebesar Rp 12,1 triliun. Menurutnya, anggaran itu muncul setelah sidang paripurna pada 27 Januari lalu. DPRD memotong sejumlah anggaran dari program unggulan Pemprov sebesar 10-15 persen untuk dialihkan ke yang lainnya, seperti pembelian perangkat uninterruptible power supply (UPS) untuk kantor kelurahan dan kecamatan di Jakarta Barat. Sementara dari pihak DPRD DKI Jakarta pun pada rapat paripurna tanggal 26 Februari 2015 semuanya sepakat untuk mengajukan hak angket terhadap Ahok. Ada dua hal pelanggaran yang mendorong usulan hak angket ini, yakni: (1) Penyampaian Raperda tentang APBD 2015 kepada Mendagri yang patut diduga bertentangan dengan ketentuan peraturan Perundang-undangan, (2) Norma etika perilaku kepemimpinan Gubernur Provinsi DKI (<http://news.detik.com/berita/2844167/kronologi-ahok-vs-dprd-dari-dana-siluman-sampai-hak-angket>, diakses tanggal 10 Desember 2015 pukul 23:25 WIB).

Berkaitan dengan usulan kedua dikeluarkannya hak angket, Fraksi Demokrat melalui Ahmad Nawawi mengkritik sikap Ahok yang arogan dan tidak mengenal sopan santun. Dikatakannya, “Sikap arogan, angkuh, sombong, dan tak mengenal sopan santun selalu ditunjukkan Gubernur di hadapan publik. Gubernur juga selalu melecehkan anggota legislatif. Oleh karena itu seluruh fraksi secara bulat menyetujui hak angket.” (<http://sidomi.com/362002/ahok-arogan-sombong->

dprd-jakarta-bulat-ajukan-hak-angket/, diakses tanggal 10 Desember 2015 pukul 23:47 WIB).

D. Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini akan dipaparkan empat penelitian terdahulu terkait analisis *framing* dengan model Pan dan Kosicki pada media *online*. Hal ini diperlukan peneliti sebagai rujukan dan untuk mempertajam analisis dari penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu tersebut.

1. Analisis *Framing* Pemberitaan Pengangkatan Wakil Menteri Oleh Presiden SBY di Media *Online* Kompas.com dan Detik.com Pada Bulan Oktober 2011

Penelitian ini dilakukan oleh Mohamad Harjantho Puspongoro, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2003 dan skripsinya diterbitkan pada tahun 2012. Dalam penelitiannya, Harjantho menyimpulkan bahwa pada berita-berita yang disajikan oleh Kompas.com lebih banyak memberitakan tentang peristiwa pelantikan wakil menteri yang sarat dengan kepentingan. Pada berita yang disajikan oleh Kompas.com banyak memberitakan bahwa pelantikan wakil menteri menyebabkan kabinet semakin gemuk dan menyebabkan beban anggaran bertambah sehingga akan memboroskan uang negara.

Sedangkan berita-berita pada Detik.com lebih banyak memuat peristiwa pelantikan wakil menteri yang tidak memuat kepentingan tertentu. Hal ini dapat dilihat dari pendapat-pendapat narasumber yang mendukung peristiwa pelantikan wakil menteri. Detik.com cenderung memberitakan hal positif dari

peristiwa pelantikan wakil menteri. Hal ini karena narasumber yang diwawancarai oleh wartawan Detik.com lebih banyak dari Partai Demokrat serta para pendukung Presiden (Harjantho, 2012: 99).

2. Analisis *Framing* Pemberitaan Pencalonan Rhoma Irama Sebagai Calon Presiden Pada Pemilihan Presiden Tahun 2014 di Portal Berita Sindonews.com dan Detik.com

Penelitian ini dilakukan oleh Zulmi Azhar Atriansyah, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2008 dan skripsinya diterbitkan pada tahun 2013. Dalam penelitiannya, Zulmi Azhar Atriansyah menyimpulkan bahwa portal berita sindonews.com dan Detik.com mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang didasarkan pada kepentingan atau latar belakang yang berbeda.

Sindonews.com dalam *frame* pemberitaannya menolak pencalonan Rhoma Irama tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni: (1) adanya intervensi dari pemilik portal berita online sindonews.com dalam hal ini Hary Tanoesoedibjo yang merupakan bos MNC Grup, (2) adanya kepentingan politik tertentu dari pemilik.

Sedangkan pada portal berita Detik.com memberitakan dengan *frame* mendukung pencalonan Rhoma Irama, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni: (1) faktor organisasi namun bukan karena adanya kepentingan pemilik untuk terjun di bidang politik, (2) karena pada perkembangannya, kalangan

redaksi, (3) juga dipengaruhi faktor ideologi yakni Rhoma Irama yang maju sebagai capres dengan mengatasnamakan agama Islam (Azhar, 2013: 136).

3. Konstruksi Pemberitaan Jokowi Terkait Isu Politik Capres Dalam Soal UN 2014 di Media *Online* (Analisis *Framing* Pemberitaan Biografi Jokowi Dalam Soal UN 2014).

Penelitian ini dilakukan oleh Arief Yarendra Novianto, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2010 dan skripsinya diterbitkan pada tahun 2014. Objek penelitian ini adalah media *online* Okezone.com, Viva.co.id, dan Kompas.com.

Dalam penelitiannya, Arief Yarendra Novianto menyimpulkan bahwa ketiga portal berita ini yakni okezone.com, viva.co.id, dan Kompas.com mengkonstruksi pemberitaan munculnya biografi Jokowi dalam soal UN didasarkan pada kepentingan atau latar belakang politik media yang berbeda. Portal berita okezone.com mengkonstruksi beritamunculnya biografi Jokowi dalam soal UN tersebut dipengaruhi oleh faktor karena adanya intervensi dari pemilik media yaitu Hary Tanoesoedibjo yang merupakan pendukung dari Prabowo Subianto, pesaing utama Jokowi dalam pemilu pilpres 2014. Portal berita viva.co.id mengkonstruksi pemberitaan munculnya biografi Jokowi dalam soal UN juga karena adanya intervensi dari pemilik media yaitu Aburizal Bakrie yang bergabung dengan Koalisi Merah Putih pendukung Prabowo Subianto. Sementara portal berita Kompas.com mengkonstruksi pemberitaan munculnya biografi Jokowi dalam soal UN terkait dengan

ideologi Jokowi yang menjunjung pluralism di Indonesia. Kompas.com sendiri berlatar belakang ideologi Katolik sebagai agama yang minoritas pemeluk di Indonesia (Yarendra, 2014: 124-125).

4. Analisis *Framing* Berita Pencalonan Joko Widodo Sebagai Presiden Pada Media *Online* Detik.com dan Okezone.com sebelum Pemilu Legislatif 2014.

Penelitian ini dilakukan oleh Herfiko Rendytha, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2010 dan skripsinya diterbitkan pada tahun 2014. Dalam penelitiannya, Herfiko Rendytha menyimpulkan Detik.com dan Okezone.com memiliki caranya tersendiri dalam pencalonan Joko Widodo sebagai Presiden, melalui berbagai penggunaan kata, strategi penulisan, dan pemilihan narasumber.

Detik, dalam memberitakan pencalonan Joko Widodo sebagai presiden memiliki kecenderungan positif. Dijelaskan bahwa Joko Widodo merupakan generasi muda yang diharapkan mampu merubah Indonesia menjadi lebih baik. Joko Widodo merupakan orang yang sederhana, muslim, bersih dari kasus korupsi. Dijelaskan juga bahwa rakyat Jakarta juga setuju dengan pencalonan Joko Widodo sebagai presiden, dengan alasan Joko Widodo mampu menyelesaikan masalah di Jakarta.

Berbeda dengan Detik, Okezone lebih tajam dalam memberitakan pencalonan Joko Widodo sebagai presiden. Dijelaskan bahwa Joko Widodo belum menyelesaikan masa jabatannya sebagai Gubernur Jakarta dan melanggar sumpah jabatannya, janji-janjinya yang belum seluruhnya

terrealisasikan. Bahkan dijelaskan juga jika masyarakat Jakarta telah kecewa dengan janji-janji Joko Widodo, dan ia juga dicitrakan negatif dengan dikatakan bahwa Joko Widodo lebih mementingkan partai dari pada rakyat Jakarta yang memilihnya sebagai Gubernur Jakarta (Rendytha, 2014: 223-224).