

BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian ini dibatasi pada dua buah portal berita yakni portal berita *sindonews.com* dan *detik.com*. Gambaran dua portal berita tersebut mencakup mengenai sejarah pendirian, visi misi, dan kepemilikan serta prospek portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* seperti dijelaskan berikut ini.

A. Gambaran Portal Berita *Sindonews.com*

1. Sejarah Pendirian Portal Berita *Sindonews.com*

Portal berita *Sindonews.com* tidak terpisahkan dari MNC group. Hal itu dikarenakan bahwa portal berita *sindonews.com* merupakan salah satu bagian dari MNC Pictures yakni *Production House* atau group Media Nusantara Citra, sebuah group media terbesar di Indonesia. Selain portal berita *sindonews.com*, di dalam MNC ini tergabung beberapa media lainnya yakni: RCTI, MNCTV, GlobalTV, Sindo TV, Indovision, Okezone, Harian Seputar Indonesia, Koran Sindo, Tabloid Genie, MNC Network, dan puluhan stasiun radio lainnya yang tersebar di seluruh Indonesia (<http://www.mncpictures@mncpictures.com>, diakses tanggal 23/03/2013).

Sejak berdiri pada tahun 2005, MNC Pictures telah memproduksi beragam program dengan konten yang berkualitas dalam bentuk drama dan non drama yang meliputi film, film televisi, dan serial televisi/sinetron, *variety show*, *reality show*, musik, dokumenter dan magazine yang beralamat di

Kompleks RCTI Studio 4 RCTI, Lantai 3 Jl. Raya Perjuangan No.1 Jakarta Barat.

MNC Pictures sebagai sebuah group media terbesar di Indonesia sejak berdiri telah banyak mendapat penghargaan atau *Achievement* dan *Awards* lewat festival yang ada di tanah air, seperti pada tahun 2009 diperoleh penghargaan sebagai sutradara terpuji yakni dalam Festival Film Bandung 2009. Pada tahun 2010 terdapat beberapa penghargaan yakni diberikan kepada H. Eddie Riwanto untuk sinetron *Dimas dan Raka tahun 2010*, Oka Antara sebagai pemeran utama pria terbaik dalam *Indonesian Movie Award 2010* untuk film *Hari untuk Amanda*, Fanny Fabriana sebagai pemeran utama wanita terpuji pada Festival Film Bandung 2010. Penghargaan yang sama diberikan pada film *Hari untuk Amanda* tahun 2011 dan juga kepada Eriz Rizly yang terpilih sebagai editor terpuji pada Festival Film Bandung dalam serial *Udin Bui* yang ditayangkan di MNCTV (<http://www.mncpictures@mncpictures.com>, diakses tanggal 23/03/2013).

Berdirinya MNC group merupakan sebuah jawaban atas tuntutan berkembangnya kemajuan teknologi di setiap negara baik negara maju maupun negara berkembang. Hal itu seperti dikemukakan Hary Tanoesoedibjo selaku pemilik dari MNC Group bahwa di dalam tatanan negara maju, pers telah menjadi bagian yang sangat penting, karena pers memiliki kekuatan dan peranan strategis dalam mewarnai kehidupan ketatanegaraan. Pers berperan sebagai penyeimbang dan kontrol terhadap jalannya pemerintahan. Kekuatan inilah yang mengantarkan pers pada urutan keempat setelah eksekutif,

legislatif dan yudikatif (<http://www.mncpictures@mncpictures.com>, diakses tanggal 18/03/2013).

Dalam rangka menjawab tantangan dan meningkatnya kebutuhan pers, MNC group mendirikan sebuah koran yang dinamakan Koran Seputar Indonesia yakni merupakan media cetak. Media ini diciptakan sebagai jawaban atas meningkatnya kebutuhan masyarakat baik berupa media cetak maupu portal berita. Selain itu, media ini juga dimaksudkan agar kekuatan dan peran pers yang sangat besar itu tidak disalahartikan dan disalahtafsirkan. Oleh karena itu, pers seperti Koran Seputar Indonesia dituntut untuk menggunakan fungsinya dengan tepat, sesuai dengan standar jurnalisme yang benar. Pers dalam hal ini Koran Seputar Indonesia juga harus memiliki peran penyeimbang agar tidak menjurus ke arah *trial by press*. Ini merupakan amanat yang akan dan harus diemban media ini. Sebagai surat kabar baru yang lahir di tengah ketatnya persaingan penerbitan persuratkabaran di tanah air.

Sebagai media berita baru, Koran Seputar Indonesia ditujukan untuk memudahkan sekaligus memenuhi kebutuhan pembaca dari semua kelompok umur dan juga jenis kelamin. Hal ini dapat dicontohkan dengan Koran Seputar Indonesia bahwa pada saat sang Bapak memilih *news*, sang Ibu bisa leluasa membaca *lifestyle*, sedangkan si Anak bebas membaca *sport*. Atau sang Bapak bisa membawa *news* ke kantor dengan meninggalkan *lifestyle* untuk dibaca Ibu di rumah, sementara si Anak memasukkan *sport* ke dalam tas untuk dibaca dalam perjalanan. Singkatnya, semua anggota keluarga bisa bertukar *section* tanpa harus mengganggu keasyikan masing-masing (<http://www.koranseputarindonesia.com>, diakses tanggal 20/03/2013).

Setelah menciptakan Koran Seputar Indonesia, MNC group kemudian mendirikan portal berita *sindonews.com*. *www.sindonews.com* merupakan situs berita *online* yang tidak jauh berbeda dengan situs berita yang sudah ada. *Sindonews.com* lahir dengan dibidani oleh *Okezone.com*. Namun karena kesamaan *brand* Sindo yang dipakainya, *Sindonews* diambil alih oleh manajemen Koran Sindo pada tanggal 2 Maret tahun 2012. Sebelumnya *Sindonews* memiliki karakter pemberitaan yang *indepth*, dan tidak *running/breaking news*. Namun setelah diambil alih oleh Koran Sindo, *Sindonews* merubah karakternya serupa dengan media-media *online* yang telah ada.

Sindonews secara resmi berdiri pada 4 Juli 2012, di bawah manajemen yang sama dengan Koran Sindo, yakni PT Media Nusantara Informasi. Hampir serupa dengan Koran Sindo, *Sindonews* memiliki *tagline* "Sumber Informasi Terpercaya". *Sindonews* bukan merupakan situs berita dari Koran Sindo, namun sebagai situs pendukung untuk kebesaran Koran Sindo (<http://www.koranseputarindonesia.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

Sindonews memiliki awak redaksi yang mampu memproduksi berita sendiri, tanpa tergantung dari Koran Sindo. Namun begitu, *Sindonews* tetap melakukan sinergi pemberitaan dengan Koran Sindo. Pada dasarnya *Sindonews.com* menyajikan berita dan memiliki konten yang sama dengan Koran Sindo. Namun, berita yang dikemas dalam portal berita ini lebih mengarah kepada pembaca yang ingin membaca berita secara cepat dan efisien dalam hal waktu. Berita dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi pendek dan dapat dibaca cepat. Selibhnya, portal berita ini selalu menyarankan jika pembaca ingin mengetahui detail pemberitaannya, pembaca

disuruh membaca koran sindo yang terkait dengan berita di portal *online* ini (<http://www.koranseputarindonesia.com>, diakses tanggal 18 Maret 2013).

Sindonews memiliki tujuh kanal utama, dan dua kanal pendukung. Tujuh kanal utama, yakni Nasional, *Metronews*, Daerah, Ekbis, *International*, *Sports*, dan *Soccer*. Sementara dua kanal pendukung yakni, *Photo*, dan *Video*. Sementara yang menjadi sub titel portal berita tersebut mencakup: koran sindo, sindoTv, sindo Trijawa FM, dan sindo *weekly* (<http://www.koranseputarindonesia.com>, diakses tanggal 18/03/2013). Portal berita *sindonews.com* tersebut hadir dengan format seperti pada gambar berikut.



Gambar 2.1. Tampilan Portal Berita *Sindonews.com*

Sumber: <http://www.sindonews.com>

Berdasarkan gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa tujuh kanal utama dari portal berita tersebut dapat dijelaskan seperti berikut:

a. Home

Halaman *Home Sindonews.com* merupakan halaman pertama yang akan muncul ketika anda mengakses <http://www.sindonews.com>. Di dalam halaman *Home*, terdapat berita-berita terbaru yang dapat dibaca atau disebut dengan *Hot Topics*. Selain *Hot Topics*, di halaman *home* terdapat juga kolom berita terbaru yang berisi berita-berita terbaru yang terjadi di dalam maupun luar negeri, kolom berita terpopuler yang berisi berita-berita yang sedang banyak diperbincangkan oleh khalayak ramai, kolom motivasi Pagi yang menyajikan *Quotes* dari tokoh terkenal dunia seperti Khalil Gibran. Kolom *traffic* saat ini berisi informasi-informasi keadaan jalan di Indonesia, dan juga kolom prediksi saham yang menyajikan pendapat ahli ekonomi tentang prediksi saham. Selain Kolom diatas di halaman *Home Sindonews.com* terdapat kolom Tajuk Sindo, Sindo Video, dan Opini.

b. Nasional

Kanal Nasional menyajikan pemberitaan dan isu terkini terkait politik, hukum, pertahanan dan keamanan, serta sosial dan budaya.

c. Metronews

Kanal *Metronews* menyajikan berita-berita peristiwa dan kriminal terkini dengan ruang lingkup di Jabodetabek. Selain itu juga menyajikan pemberitaan permasalahan, kebijakan, dan politik lokal Jabodetabek.

d. Daerah

Kanal Daerah berisi berita dan isu terkini yang berada di seluruh Indonesia. Di kanal Daerah, terbagi dalam subkanal Jabar, Jateng & DIY, Jatim,

Sumatera, Kalimantan & Sulawesi, Papua & Maluku, Bali & Nusa Tenggara.

e. Ekbis

Kanal Ekonomi dan Bisnis atau (Ekbis), menyajikan berita dan isu terkini di bidang perekonomian. Kanal ini terbagi dalam subkanal Pasar Modal, Makro, Sektor Rill, dan Ekonomi Dunia.

f. *International*

Kanal *International* menyajikan berita terkini dan terhangat dari luar negeri.

g. *Sports*

Kanal *Sports* menyajikan berita-berita terbaru dari dunia olahraga *non* sepakbola. Seperti, berita mengenai bulutangkis dan tenis di subkanal raket, Basket, Motosport, Tinju, Olympic.

h. *Soccer*

Kanal *Soccer* merupakan kanal yang menyajikan pemberitaan khusus sepakbola. Selain kabar terbaru sepakbola, juga terdapat fitur profil pemain sepakbola dunia.

i. *Photo*

Kanal *Photo* atau yang disebut *Sindophoto*, menyajikan foto-foto yang terkait dengan pemberitaan. Foto ini memudahkan pembaca untuk lebih memahami berita yang telah dibaca atau akan dibaca. Foto-foto dari portal berita ini juga dapat diunggah secara individu oleh pembaca dengan melakukan *save* dan foto langsung tersimpan di dalam komputer atau laptop. Kanal foto juga memudahkan orang dalam menangkap bagaimana peristiwa terjadi, bagaimana kronologis atau situasi dari berita tersebut

sehingga pembaca dapat memahami dan membayangkan meskipun tidak terkait langsung dengan peristiwa yang bersangkutan. Selain itu, *Sindophoto* juga menyajikan karya-karya foto jurnalistik para fotografer. Kanal ini dikelola oleh para fotografer Koran Sindo.

j. Video

Sajian utama kanal Video adalah streaming siaran saluran televisi yang ada di lingkup Media Nusantara Citra (MNC) Group. Selain streaming, kanal ini juga menyediakan *video on demand* (VOD) yang diambil dari televisi-televisi MNC Group. Kanal Video didalam *Sindonews.com* menyajikan Video-video yang terkait dengan pemberitaan yang disajikan di <http://www.sindonews.com>. Video yang ada dapat memudahkan pembaca untuk lebih memahami berita yang telah dibaca atau akan dibaca. Selain itu, dalam video ini juga disesuaikan dengan kolom-kolom berita yang ada di *Sindonews*. Di setiap kolom berita, pasti ada video yang terkait dengan pemberitaannya. Terkhusus untuk olahraga, video ini cukup banyak disajikan dalam *Sindonews.com*. Video yang ada di Seputar Indonesia versi siar juga terdapat di halaman portal berita video ini.

k. Index

Halaman Index di dalam *Sindonews.com* menyajikan database berita yang dimiliki oleh portal berita ini. Di halaman index ini memudahkan pembaca untuk mencari berita-berita di masa lalu yang belum sempat dibaca. Atau memudahkan pembaca jika sedang mencari bahan berita untuk tujuan-tujuan tertentu. Berita yang tersedia di portal berita *online sindonews.com* mulai dari Januari 2010 hingga saat ini.

Tampilan portal berita *sindonews.com* dilengkapi dengan daftar isi yang dapat memudahkan pembaca untuk mencari berita sesuai dengan yang diinginkan seperti pada gambar berikut.



Gambar 2.2. Daftar Isi Portal Berita *Sindonews.com*

Sumber: <http://www.sindonews.com>

Portal berita *sindonews.com* merupakan portal yang fokus pada berita dengan logo seperti berikut.



Berdasarkan sub judul pada portal berita *sindonews.com* terdapat *hot news* yang ditonjolkan seperti terdapat pada gambar berikut.



Gambar 2.3. Contoh Daftar Isi Portal Berita Sindonews.com

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa pada edisi tanggal 2 April tahun 2013, portal berita *sindonews.com* untuk *hot news* sub titel yang ada dapat dijelaskan seperti pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Hot News dalam Portal Berita Sindonews.com

Sub Titel	Hot News
Nasional	Perlu paradigma baru untuk tingkatkan kualitas pendidikan
Metronews	Jalan sejajar rel akan dioperasikan
Daerah	Anggaran belum cair, KPU Ciamis tetapkan pencoblosan
Ekonomi bisnis	Labah bersih LPCK 2012 tembus Rp 407 milyar
Internasional	Dua bocah temukan granat aktif di Lahat Datu
Sports	Ocehan Tyson membangunkan kemarahan Cunningham
Soccer	Kalah dari Fullham OP terpuruk di Zona Gradasi

Sumber: <http://www.sindonews.com>

Sindonews membawa *brand* Sindo yang sudah dikenal di masyarakat Indonesia. Cara sinergi yang dilakukan *Sindonews* terhadap Koran Sindo dan media televisi di bawah MNC merupakan jalan menuju konvergensi media. Koneksi untuk masuk ke dalam portal berita *online* ini. *Sindonews.com* juga dapat diakses melalui *smartphone* sehingga memudahkan pembacanya untuk mengakses situs ini di mana saja dan kapan saja. Di setiap halaman *Sindonews.com* juga tersedia ajakan untuk mengunduh aplikasi *Sindonews.com* versi *smartphone*. Terdapat *playstore* yang merupakan aplikasi untuk mengunduh yang dimiliki oleh android.

Portal berita *Sindonews.com* juga sangat baik dalam hal bekerja sama dengan versi cetaknya, yaitu koran sindo yang saling bekerja sama dalam memuat berita yang disajikan dengan ciri khas “untuk lebih jelasnya, baca kora sindo edisi sekian”. Hal ini memudahkan pembaca untuk lebih mengerti berita secara mendalam. Terdapat informasi cuaca yang bisa membantu pembaca dalam mengetahui bagaimana kondisi cuaca terkini. Portal berita *online sindonews.com* dapat memanfaatkan konvergensi dengan menyediakan akses masuk ke kolom sindo radio, sindo tv, dan koran sindo yang dapat memudahkan pembaca untuk bisa lebih menjelajahi versi berita yang dimiliki pihak MNC ini. Terdapat juga kolom opini yang pada setiap kesempatannya selalu menghadirkan tokoh atau penulis terkenal yang tulisannya baik untuk memahami setiap masalah yang diangkat di *sindonews.com*.

2. Visi Misi Portal Berita *Sindonews.com*

Portal berita *sindonews.com* dalam membangun citranya sebagai salah satu media berita, memiliki visi dan misinya. Adapun visi dan misi portal berita tersebut seperti dijelaskan berikut.

a. Visi Portal Berita *Sindonews.com*

Portal berita *sindonews.com* memiliki visi seperti berikut:

- 1) Menjadi portal berita terdepan yang berkualitas, baik di dalam maupun luar negeri dengan output produksi yang tinggi.
- 2) Menjadi portal berita yang memberikan ragam sajian program dengan kualitas konten terbaik di tanah air.

b. Misi Portal Berita *Sindonews.com*

Portal berita *sindonews.com* memiliki misi, yakni: (1) membangun *sindonews.com* yang memiliki teknik produksi serta proses kreatif berstandar internasional, sehingga dapat menghasilkan program berita yang berkualitas dan mampu bersaing, (2) Inovatif: Selalu mengedepankan konsep berita dengan ide kreatif terbaru dan segar, (3) *Trendsetter*: program berita yang dihasilkan akan menjadi tolak ukur dan model bagi industri berita lainnya, dan (4) Kreatif sebagai disiplin: Kreatifitas bagi *sindonews.com* adalah disiplin dan bukan dunia yang tanpa batas, karena waktu, ketepatan dan efisiensi adalah inspirasi utama buat *sindonews.com* sebagai bagian dari MNC Group.

3. Kepemilikan dan Prospek Portal Berita *Sindonews.com*

Portal berita *sindonews.com* merupakan bagian dari MNC group yang dimiliki oleh Hary Tanoesoedibjo. Hary Tanoesoedibjo (lahir di Surabaya, 26 September 1965; umur 47 tahun) adalah seorang pengusaha dari Indonesia. Hary lulus dengan gelar *Bachelor of Commerce (Honours)* dari Carleton University, Ottawa-Kanada, pada tahun 1988 dan gelar *Master of Business Administration* dari Ottawa University, Ottawa-Kanada, pada tahun 1989. Saat ini Hary memegang beberapa jabatan strategis di berbagai perusahaan terkemuka di Indonesia. Ia ditunjuk sebagai Presiden Direktur PT. Global Mediacom Tbk. (sejak tahun 2002) setelah sebelumnya menjabat sebagai Wakil Presiden Komisaris perusahaan tersebut. Ia adalah pendiri, pemegang saham, dan Presiden Eksekutif Grup PT. Bhakti Investama Tbk. sejak tahun 1989 (<http://www.sindonews.com>, diakses tanggal 18/02/2013).

Selain itu, Hary saat ini juga memegang berbagai posisi di perusahaan-perusahaan lainnya, diantaranya sebagai Presiden Direktur PT. Media Nusantara Citra Tbk. (MNC) dan PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) sejak tahun 2003, sebagai Komisaris PT. Mobile-8 Telecom Tbk., Indovision dan perusahaan-perusahaan lainnya di bawah bendera grup perusahaan Global Mediacom dan Bhakti Investama. Hary juga saat ini aktif sebagai Bendahara Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI). Ia telah berulang kali menjadi pembicara di berbagai seminar dan menjadi dosen tamu dalam bidang Keuangan Perusahaan, Investasi dan Manajemen Strategis untuk program magister di berbagai perguruan tinggi. Pada tahun 2011, Forbes merilis daftar orang terkaya di Indonesia, dan pengusaha Hary Tanoesoedibjo

menduduki peringkat ke-22 dengan total nilai kekayaan yang dimilikinya adalah sebesar "US\$ 1,19 miliar" (<http://www.sindonews.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

Selain sebagai pengusaha, Hary Tanoesoedibjo juga terjun di dunia politik. Pada bulan November 2011, Hary Tanoesoedibjo muncul pada acara Rapat Pimpinan Nasional Partai NasDem yang pertama. Di partai tersebut, Hary dipercaya sebagai Ketua Dewan Pakar Partai NasDem dan juga sebagai Wakil Ketua Majelis Nasional Partai NasDem. Kabar bahwa Hary Tanoesoedibjo masuk ke dunia politik mulai terdengar santer sejak awal bulan Oktober 2011, Hary sendiri resmi bergabung dengan Partai NasDem pada tanggal 9 Oktober 2011 lalu. Sejak ia berkiprah dalam kancah politik praktis melalui Partai NasDem, Hary selalu mendengung-dengungkan "Gerakan Perubahan" yang dimotori oleh kelompok angkatan muda bangsa Indonesia. Sebab menurutnya, di dalam Partai NasDem sendiri 70% kader partainya adalah terdiri dari kaum generasi anak muda bangsa (<http://www.sindonews.com>, diakses tanggal 18/02/2013).

Pada tanggal 21 Januari 2013, Hary Tanoesoedibjo mengemukakan bahwa ia resmi mengundurkan diri dari Partai NasDem yang dikarenakan adanya perbedaan pendapat dan pandangan mengenai struktur kepengurusan Partai NasDem. Sebab menurut Hary lagi bahwa "*Politik*" itu adalah "*Idealisme*", meski sebenarnya dirinya merasa sedih dan sangat berat meninggalkan Partai NasDem yang telah tiga bulan terakhir ini ia besarkan, apalagi Partai NasDem telah berhasil lolos verifikasi *Komisi Pemilihan Umum* (KPU) dan resmi menjadi partai politik peserta Pemilu 2014 dengan nomor

urutan "1" (nomor urutan yang pertama) (<http://www.sindonews.com>, diakses tanggal 18/02/2013).

Dilihat dari prospek portal berita *sindonews.com* sejak terbit pertama kalinya tergolong sukses menarik perhatian masyarakat. Hal tersebut ditunjukkan dengan jumlah pembaca portal tersebut setiap harinya. Adapun jumlah pembaca portal berita ini setiap harinya rata-rata mencapai sebanyak 60.500 orang per hari (<http://www.sindonews.com>, diakses tanggal 18/02/2013).

Adapun Target pembaca adalah masyarakat kelas menengah ke atas, pendidikan Sarjana, segmentasi usia 18 tahun ke atas. Dengan diferensiasi pembaca laki-laki sebanyak 52% dan pembaca wanita sebanyak 48%. Target distribusi Koran Seputar Indonesia adalah kota-kota besar di seluruh Indonesia dengan jumlah pembaca sebesar 1 juta orang. Karakteristik pembaca memiliki kebiasaan membaca lebih dari satu surat kabar, karena tidak ingin tertinggal informasi penting dan informasi hiburan dalam waktu yang bersamaan. Termasuk kelompok masyarakat yang haus informasi dan inovatif sehingga mudah menerima hal baru (<http://www.sindonews.com>, diakses tanggal 18/02/2013).

B. Gambaran Portal Berita *Detik.com*

1. Sejarah Pendirian Portal Berita *Detik.com*

Portal berita *Detik.com* raksasa media *online* di Indonesia yang didirikan tahun 1998 oleh Budiono Darsono dan Abdul Rahman, secara resmi

dibeli oleh konglomerat Chairul Tanjung. Melalui perusahaan yang dipimpinnya, Para Grup, Chairul Tanjung mengakuisisi PT Agranet Multicitra Siberkom, perusahaan pengelola situs berita *Detik.com*, seperti dikutip dari *Bisnis.com* (<http://www.detik.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

Server *detik.com* sebenarnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun mulai daring dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Tanggal 9 Juli itu akhirnya ditetapkan sebagai hari lahir *detikcom*. Semula peliputan utama *detikcom* terfokus pada berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, *detikcom* memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga. Dari situlah kemudian tercetus keinginan membentuk *detikcom* yang *update*-nya tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak yang harian, mingguan, bulanan. Yang dijual *detikcom* adalah *breaking news*. Dengan bertumpu pada *vivid description* macam ini *detikcom* melesat sebagai situs informasi digital paling populer di kalangan users internet (<http://www.detik.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

Para Grup merupakan *holding company* yang membawahi beberapa anak perusahaan, seperti TransCorp (Trans TV & Trans 7) dan Bank Mega. Chairul Tanjung sendiri tercatat sebagai orang terkaya nomor 18 di Indonesia, menurut majalah Forbes, dengan kekayaan pribadi ditaksir mencapai 10 triliun rupiah (<http://www.detik.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

Detik.com akan menjadi bagian dari TransCorp, divisi media dan penyiaran Para Grup. *Detik.com* sendiri tercatat memiliki lebih dari 15 properti *online*, masing-masing memfokuskan pada topik tertentu. Seperti Detikinet,

DetikSport, DetikFinance, DetikFood, DetikSurabaya, Wollipop & Buku Kuning (<http://www.detik.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

Bisnis media bukan hal baru bagi Chairul Tanjung, yang tamatan kedokteran Gigi Universitas Indonesia ini. Sang ayah, AG Tanjung, merupakan wartawan senior semasa orde lama. Di bisnis properti, Para Grup mempunyai Bandung SuperMall, yang memakan biaya pembangunan sebesar 99 milyar rupiah. Disamping itu, Para Grup melalui TransCorp juga merupakan pemegang saham mayoritas di Carrefour Indonesia (<http://www.detik.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

Untuk tabloid berita politik yang dibredel pada tahun 1994 dapat dilihat majalah DeTik. *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, *detikcom* 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. *Detikcom* merupakan portal kepada situs-situs:

- a. *detikNews* (www.detiknews.com) Berisi informasi berita politik-peristiwa
- b. *detikFinance* (www.detikfinance.com) Memuat berita ekonomi dan keuangan
- c. *detikFood* (www.detikfood.com) Informasi tentang resep makanan dan kuliner

- d. *detikHot* (www.detikhot.com) Berisi info gosip artis/celebriti dan *infotainment*
- e. *detiki-Net* (www.detikinet.com) Memuat informasi teknologi informasi
- f. *detikSport* (www.detiksport.com) Berisi info olahraga termasuk sepakbola
- g. *detikHealth* (www.detikhealth.com) Memuat info dan artikel kesehatan
- h. *detikTV* (www.tv.detik.com) Memuat info mengenai berisi berita video (tv berita)
- i. *detikFoto* (www.foto.detik.com) Yang memuat berita Foto
- j. *detikOto* (www.oto.detik.com) Memuat informasi mengenai otomotif
- k. *detikTravel* (www.travel.detik.com) Memuat informasi tentang liburan dan pariwisata
- l. *detikSurabaya* (www.surabaya.detik.com) Info Surabaya dan Provinsi Jawa Timur
- m. *detikBandung* (www.bandung.detik.com) Informasi tentang Bandung dan Provinsi Jawa Barat
- n. *detikforum* (www.forum.detik.com) Tempat diskusi *online* antar komunitas pengguna *Detikcom*
- o. *blogdetik* (www.blogdetik.com) Tempat pengakses mengisi info atau artikel, foto, video di halaman blog pribadi
- p. *wolipop* (www.wolipop.detik.com) Berisi informasi tentang wanita dan gaya hidup
- q. *TanyaSaja* (www.tanyasaja.detik.com) Tempat para pengakses bertanya jawab mengenai hal apa pun
- r. *DetikMap* (www.map.detik.com) Semacam alat/tool untuk melihat Peta lokasi

- s. IklanBaris (www.iklanbaris.detik.com) Berisi Iklan yang langsung diisi konsumen
- t. MyTRANS (www.mytrans.com) Live Streaming Trans TV dan Trans7, serta video program-program acara Trans TV dan Trans7

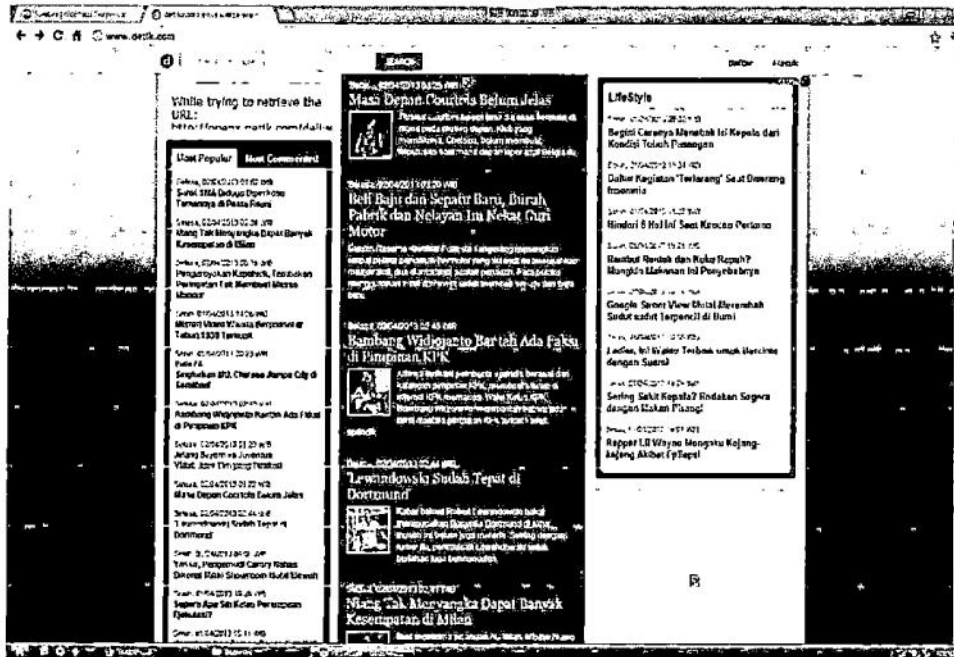
Portal berita *detik.com* memiliki 11 kanal utama yakni: *detiknews*, *detikfinance*, *detikhot*, *detiki-net*, *detikSport*, *detikOto*, *detikFood*, *detikHealth*, *detikFoto*, *detikTv*, dan Indeks. Adapun tampilan portal berita *detik.com* adalah seperti pada gambar berikut.



Gambar 2.4. Tampilan Portal Berita *Detik.com*

Berdasarkan gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa portal berita ini terdapat sub titel yakni: sepakbola, Bandung, Surabaya, blog, forum, myTrans, travel, *mobileApps*, wolipop, hariandetik, majalahdetik, iklanbaris, cari alamat, dan cari cinta.

Sementara tampilan *content* atau isi dari portal berita *detik.com* dapat dicontohkan seperti berikut.



Gambar 2.5. Daftar Isi Portal Berita *Detik.com*

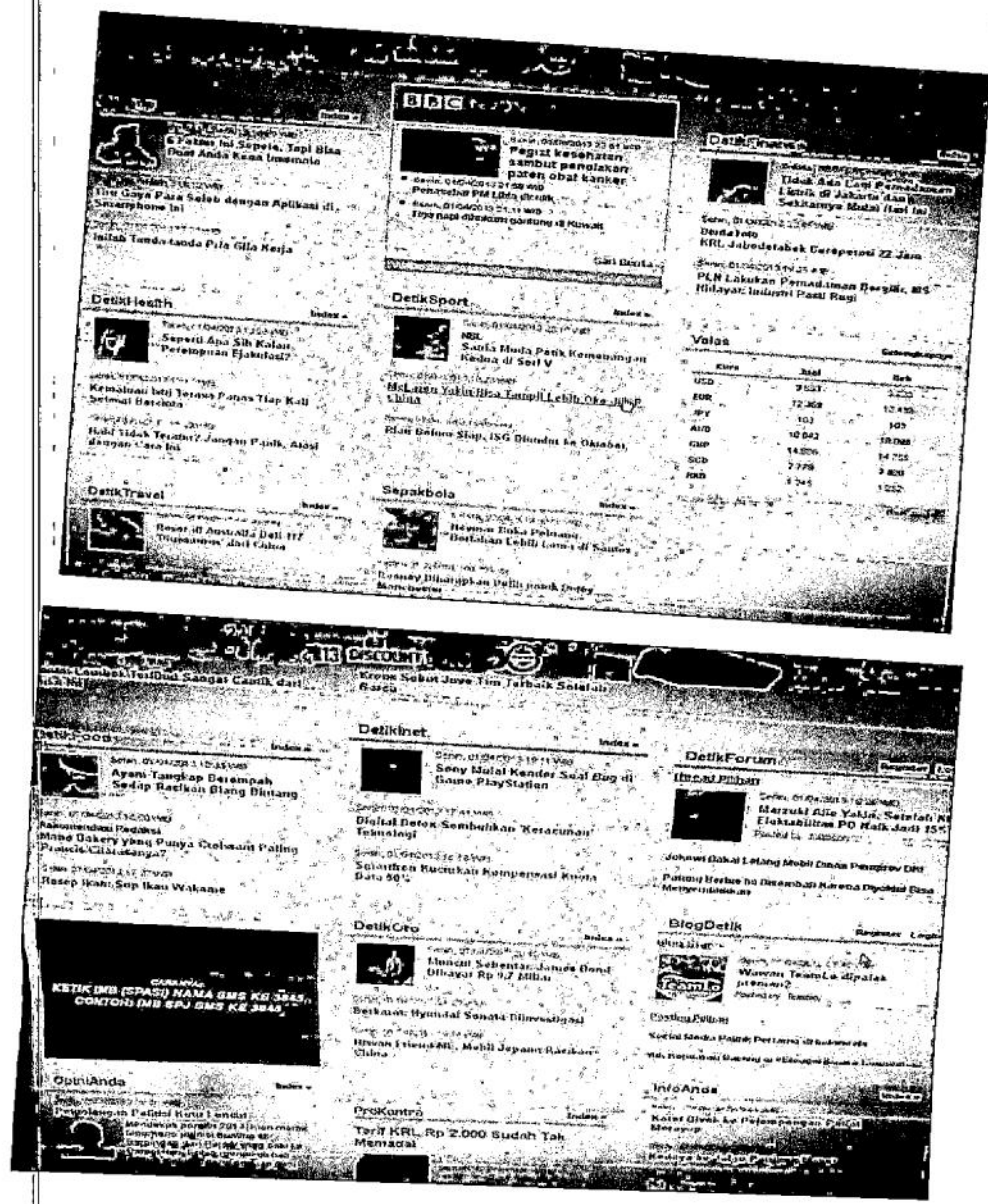
Gambar tersebut memperlihatkan bahwa pada edisi tanggal 2 April tahun 2013, portal berita *detik.com* untuk *hot news* sub titel yang ada dapat dijelaskan seperti pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2. *Hot News* dalam Portal Berita *Detik.com*

Sub Titel	<i>Hot News</i>
<i>detiknews</i>	Laporan dari Denhagg, goyang poco-poco bareng londo heboh bo!
<i>detikfinance</i>	Tidak ada lagi pemadaman listrik di Jakarta mulai hari ini
<i>detikhot</i>	Punya 8 istri, eyang Subur diultimatum FPI
<i>detiki-net</i>	Sony mulai kendor soal bug di play station
<i>detikSport</i>	NBL: satria muda petik kemenangan kedua di seri-V
<i>detikOto</i>	Muncul sebentar James Bond dibayar Rp 9,7Milyar
<i>detikFood</i>	Ayam tangkap berempah sedap radikan blang bintang
<i>detikHealth</i>	Seperti apa sih kalau perempuan jika ejakulasi?

Sumber: <http://www.detik.com>

Data sub titel dari media portal berita *detik.com* tersebut seperti pada gambar berikut.



Gambar 2.6. Daftar Isi Hot News Portal Berita Detik.com

Data tersebut memperlihatkan bahwa portal berita detik.com menyajikan berita yang beraneka ragam yang dapat diakses masyarakat sesuai dengan berita yang dibutuhkan.

2. Visi dan Misi Portal Berita *Detik.com*

Portal berita *detik.com* dalam menjalankan perannya sebagai salah satu media berita, memiliki visi dan misinya. Visi dan misi portal berita tersebut seperti dijelaskan berikut.

c. Visi Portal Berita *detik.com*

Portal berita *detik.com* memiliki visi yakni sebagai media portal berita terpercaya, akurat, dan menjadi teladan bagi media portal lainnya dalam memproduksi berita, dan bukan menggunakan kekuatan modal namun menggunakan kekuatan jurnalistik (<http://www.detik.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

d. Misi Portal Berita *detik.com*

Misi dalam portal berita ini menjadi *trendsetter* bagi media portal lainnya yakni dengan semboyan: semut diekor oleh raksasa. Artinya, portal berita *detik.com* diibaratkan semut dalam arti sebagai media portal yang lebih kecil dibandingkan dengan MNC group namun bisa menguasai media portal lainnya (<http://www.detik.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

3. Kepemilikan dan prospek Portal Berita *Detik.com*

Pada 3 Agustus 2011 CT Corp mengakuisisi *detikcom* (PT Agranet 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 *detikcom* dimiliki oleh Agranet Tiger Investment dan Mitsui & Co. Agranet memiliki 59% saham di *detikcom*, dan sisanya dimiliki oleh Tiger 39%, dan Mitsui 2%.

Pada Juli 1998 situs *detikcom* 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 6.420.000 *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* *detikcom* mencapai 2,5 juta lebih per harinya (<http://www.detik.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

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* *detik.com* sekarang mencapai 3 juta per harinya. sekarang *detik.com* menempati posisi ke empat tertinggi dari *alexa.com* untuk seluruh konten di Indonesia (<http://www.detik.com>, diakses tanggal 23/02/2013).

Berdasarkan uraian tersebut dapat dijelaskan beberapa kelebihan dan kelemahan dari portal berita *online* seperti portal berita *sindonews.com* dan *detik.com*.

1. Kelebihan portal berita *online*

Beberapa kelebihan portal berita *online* yakni:

- a. Portal berita *online*, dapat diakses dimana saja yang terdapat jaringan. Hal ini seiring dengan jaman globalisasi dimana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sekarang menjadi lebih modern dan canggih.
- b. Portal berita *online* menyajikan berita teraktual yang terjadi setiap saat dalam masyarakat. Hal ini menjadi kelebihan dari portal berita *online* dibandingkan dengan surat kabar yang harus menunggu sampai 1 hari untuk mendapatkan informasi terbaru yang kita inginkan.
- c. Portal berita *online* praktis dan lebih murah dibandingkan dengan surat kabar yang harus berlangganan atau membeli dengan harga yang lebih mahal.

2. Kelemahan portal berita *online*

Beberapa kelemahan portal berita *online*, yakni:

- a. Portal berita *online* hanya bisa diakses yang berlangganan atau pengguna internet baik melalui *handphone* maupun melalui komputer (PC dan laptop).
- b. Hanya dapat diakses oleh orang yang menguasai cara penggunaan internet
- c. Jumlah masyarakat pengguna internet masih terbatas sehingga portal berita *online* ini hanya terbatas pada kalangan terbatas tersebut.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian berkaitan dengan pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden di portal berita *online sindonews.com* dan *detik.com*. Penelitian yang serupa dengan penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya, namun penelitian yang mirip dengan objek kajian portal berita *online sindonews.com* dan *detik.com* sudah pernah dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian tersebut seperti diuraikan berikut.

Penelitian yang dilakukan Santoso, Eunike Christiani (2009) yang berjudul "Kredibilitas pemberitaan portal berita *detik.com*: sebuah studi *reception analysis*." *Detik.com* sebagai sebuah pelopor berita nasional di Indonesia yang bertujuan menyiarkan informasi/berita lewat media *online* kepada khalayak/pengguna, dengan mengunggulkan kecepatan pemberitaannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kredibilitas pemberitaan pada portal berita *Detik.com*. Lima komponen konsep multidimensi kredibilitas pemberitaan turut berperan dalam menentukan penerimaan dan pemaknaan khalayak/pengguna terhadap portal berita, yang akhirnya membentuk penerimaan dan pemaknaan khalayak/pengguna terhadap kredibilitas pemberitaan portal berita *Detik.com*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif eksploratif dengan metode *reception analysis*. Hasil penelitian menunjukkan kredibilitas pemberitaan portal berita *Detik.com* dinilai dan diterima cukup baik oleh khalayak/pengguna, meskipun masih ada beberapa hal yang harus dibeñahi (http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe_dg_11446.html, diakses 20/6/2013).

Penelitian yang dilakukan Lusita Gresita Praselia (2009) yang berjudul "Berita penayangan tarian Pendet dalam iklan *visit Malaysia Year 2009* (Analisis Framing Tentang Berita Penayangan Tarian Pendet Pada Situs Berita *Online Okezone.com* dan *Detik.com*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembedaan pada situs

berita *online* tentang pemberitaan penayangan tarian pendet dalam iklan *visit malaysia year 2009* lalu pada *okezone.com* dan *detik.com*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Penjaga Gerbang (*Gatekeeper Theory*). Karena teori ini dapat menentukan berkualitas atau tidaknya informasi yang akan disebarkan. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode analisis kualitatif. Metode ini merupakan suatu metode yang berupaya untuk memberikan gambaran mengenai suatu fenomena secara terperinci. Subjek dalam penelitian ini adalah situs berita *online okezone.com* dan *detik.com*. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah berita mengenai penayangan tarian pendet. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media *okezone.com* memberikan pemberitaan yang bersifat provokatif. Sedangkan *detik.com* memberikan pemberitaan yang bersifat solutif. Dimana kasus tersebut adalah kasus yang sempat hangat diperbincangkan oleh masyarakat, apalagi kasus ini melibatkan kehormatan dan harga diri masyarakat Indonesia (http://www.gunadharmadharma.com/jiunkpe_dg_11446.html, diakses 20/6/2013).

Penelitian yang dilakukan Nurul Hasfi (2011) yang berjudul "Analisis framing pemberitaan Malinda Dee di *Detik.com*, majalah Tempo dan Metro TV." Populasi yang diambil adalah pemberitaan selama kurun waktu dua minggu sejak kasus MD bergulir yang disiarkan di tiga media di Indonesia yaitu *Detik.com*, Majalah Tempo dan Metro TV. Sementara sampelnya adalah berita yang bias dan keluar dari konteks permasalahan kriminalitas MD yang disiarkan dalam kurun waktu 29 Maret hingga 14 April 2011. Penelitian ini menggunakan metode framing Model Pan dan Kosicki berasumsi dengan tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana

representasi MD dalam pemberitaan di ketiga media di atas. Penelitian ini menyimpulkan ada enam representasi untuk MD, yaitu: (1) Perempuan 'tidak benar' (*bad woman; bad wife; bad mother*), (2) Orang yang kalah (*a loser*) yang Sedang Menjalani Karma, (3) Monster mistik (*Mysthical Monster*), (4) Barbie, boneka yang menyimbolkan komersialisme, (5) Perempuan yang memiliki kelainan psikologi, dan (6) Orang yang menjadi objek humor

[http://eprints.undip.ac.id/33338/1/Analisis Framing Pemberitaan Malinda Dee di Majalah Tempo, Metro TV dan Detikcom.pdf](http://eprints.undip.ac.id/33338/1/Analisis_Framing_Pemberitaan_Malinda_Dee_di_Majalah_Tempo_Metro_TV_dan_Detikcom.pdf), diakses 26/8/2013).

Pada penelitian ini, objek penelitiannya adalah berita di portal *online sindonews.com* dan *detik.com* mengenai pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden. Objek yang dikaji dari portal berita *online sindonews.com* dan *detik.com* ini adalah sebanyak 20 berita. Sementara yang menjadi metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *framing* dari Pan dan Kosicki.