

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **A. Media *Online* Kompas.com**

Fokus penelitian ini yaitu pada media *online* kompas.com menganalisis mengenai isi berita ujaran kebencian pada masa kampanye menjelang pilpres 2019 dan berdasarkan gambaran umum mengenai kompas.com yang akan diuraikan dibawah ini, data yang peneliti tuliskan sebagian besar bersumber dari situs resmi kompas.com dengan *tagline* “jernih melihat dunia”.

##### **1. Sejarah Berdirinya media *online* Kompas.com**

Kompas.com adalah salah satu pelopor media *online* di Indonesia ketika pertama kali hadir di internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas *Online*. Mulanya, Kompas *Online* atau KOL yang diakses dengan alamat kompas.co.id hanya menampilkan replika dari berita-berita harian kompas yang terbit di hari itu.

Tujuannya adalah memberikan layanan kepada para pembaca harian kompas di tempat yang sulit di jangkau oleh jaringan distribusi kompas. Dengan hadirnya kompas *online*, para pembaca harian kompas terutama di Indonesia bagian timur dan di luar negeri dapat menikmati harian kompas hari itu juga, tidak perlu menunggu beberapa hari seperti biasanya. Kemudian, demi memberikan layanan yang maksimal, pada awal tahun 1996 alamat kompas *online* berubah menjadi [www.kompas.com](http://www.kompas.com). Dengan alamat baru kompas *online* menjadi semakin populer buat para pembaca setia harian kompas di luar negeri.

Melihat potensi dunia digital yang besar, Kompas *online* kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis tersendiri dibawah bendera PT. Kompas Cyber Media (KCM) pada 6 Agustus 1998. Sejak saat itu, Kompas *online* lebih kenal dengan sebutan KCM. Di era ini, para pengunjung KCM tidak lagi hanya mendapatkan replika harian Kompas, tapi juga mendapatkan update perkembangan berita-berita terbaru yang terjadi sepanjang hari.<sup>1</sup>

Pengunjung KCM meningkat pesat seiring dengan tumbuhnya pengguna Internet di Indonesia. Mengakses informasi dari internet kini sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kegiatan kita sehari-hari. Dunia digital pun terus berubah dari waktu ke waktu. KCM pun berbenah diri. Pada 29 Mei 2008, portal berita ini me-*rebranding* dirinya menjadi Kompas.com, merujuk kembali pada brand Kompas yang selama ini dikenal selalu menghadirkan jurnalisme yang memberi makna. Kanal-kanal berita ditambah. Produktivitas sajian berita ditingkatkan demi memberikan sajian informasi yang *update* dan aktual kepada para pembaca. *Rebranding* Kompas.com ingin menegaskan bahwa portal berita ini ingin hadir ditengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisme yang baik di tengah derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <https://inside.kompas.com/about-us>, Diakses tanggal 06 September 2019.

<sup>2</sup> *Ibid.*

## 2. Visi dan Misi Kompas.com

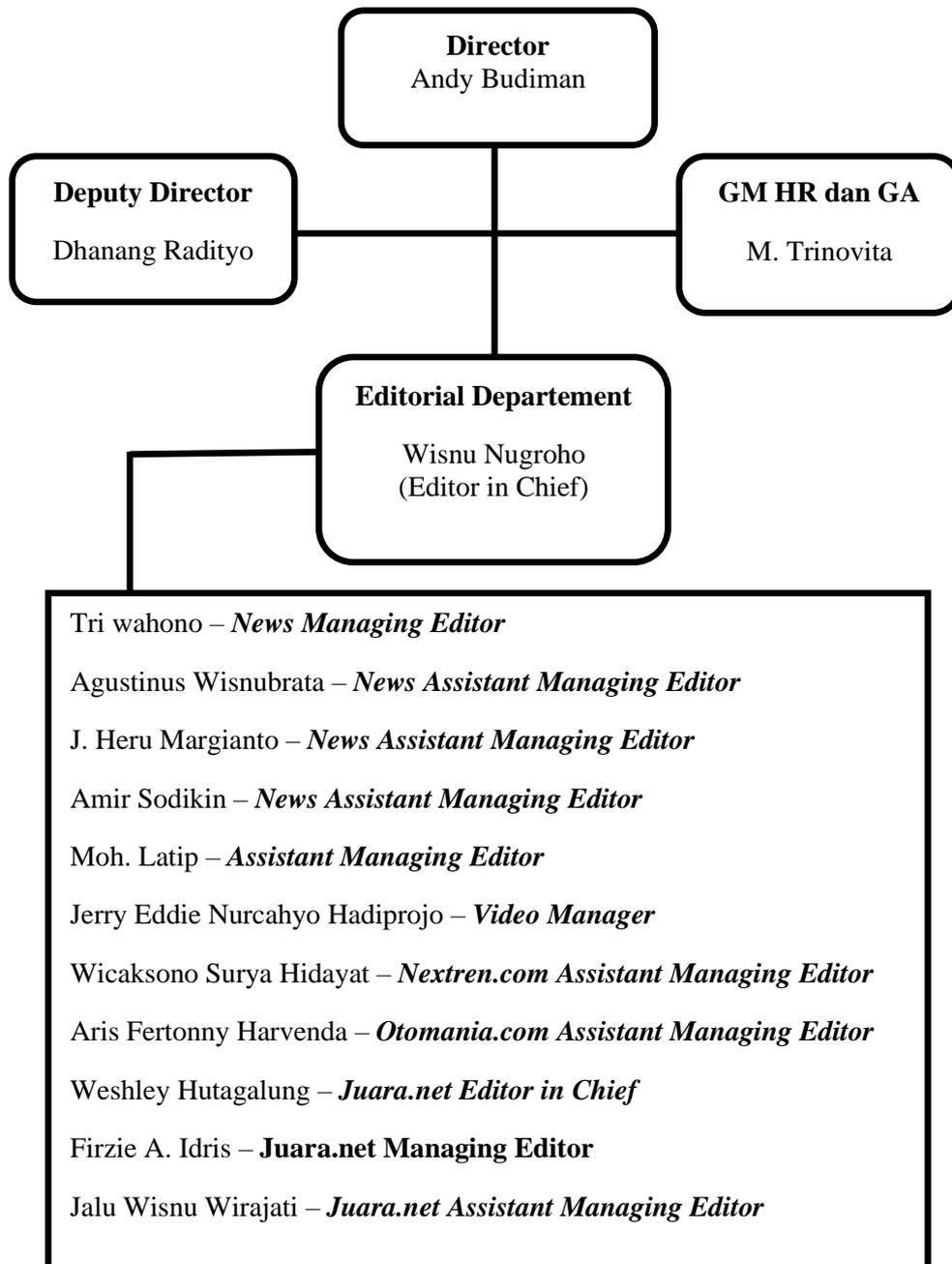
Kompas.com memiliki Visi dan Misi yaitu menjadi agen perubahan dalam membangun komunitas Indonesia yang lebih harmonis, toleran, aman dan sejahtera dengan mempertahankan Kompas.com sebagai *market leader* secara nasional melalui optimalisasi sumber daya dan sinergi bersama mitra strategis.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://repository.umy.ac.id>, Diakses tanggal 09 September 2019.

### 3. Struktur Perusahaan Kompas.com

#### Group Digital Management Team



**Bagan 2 Stuktur Perusahaan Kompas.com**

Sumber : pdf.sejarah-kompas-com.html

**Editor** : Laksono Hari Wiwoho, Fidel ali Permana, Glori Kyrious Wadrianto, Farid Assifa, Caroline Sondang Andhikayani Damanik, Ana Shofiana Syatiri, Kistyarini, Palupi Annisa Auliani, Egidius Patnistik, Ervan Hardoko, Pipit Puspita Rini, Erlangga Djumena, Bambang Priyo Jatmiko, Muhammad Reza Wahyudi, Taslimah Widianti Kamil, Lusia Kus Anna Maryati, Deasy Syafrina, I Made Asdhiana, Hilda Hastuti, Jodhi Yudono, Fikria Hidayat, Ni Luh Made Pertiwi Finlandiari, Bestari, Azwar Ferdian, Agung Kurniawan, Sandro Gatra Sinaga, Oik Yusuf Araya, Icha Rastika, Sabrina Asril, Irfan Maullana, J. Pimus, Yunanto Wiji Utomo, Aloysius Gonsaga Angi Ebo, Aprilia Ika, M. Fajar Marta, Pascal S. Bin Saju, Indra Akuntono.

**Reporter** : Fabian Januarius Kuwado, Robertus Belarminus Goo, Antonius Tjahjo Sasongko, Ferril Dennys Sitorus, Donny Apriliananda, Febri Ardani Saragih, Dian Maharani, Reska Koko Nistanto, Kurnia Sari Azizah, Alsadadrudi, Ihsanuddin, Dani Prabowo, Sakina Rakhma Diah Setiawan, Estu Suryowati, Andri Donnal Putera, Yoga Sukmana, Abba Gabrillin, Ambaranie Nadia Kemala, Wahyu Adityo Prodjo, Jessi Carina, Silvita Agmasari, Yulianus Febriarko, Kahfi Dirga Cahya, Andi Muttya Keteng Pangerang, Tri Susanti Setiawan, Arimbi Ramadhiani, Nabilla Tashandra, Anju

Christian, Nugyasa Laksamana, Tulus Muliawan, Ade Jayadireja, Wisnu Nova, Verdi Hendrawan, Deliusno, Fatimah Kartini Bohang, Yoga Hastyadi Widiartanto, Ridwan Aji Pitoko, Stanley Ravel, Ghulam M. Nayazri .

**Photo Editor dan Photographer** : Dino Oktaviano Sami Putra,  
Heribertus Kristianto Purnomo,  
Roderick adrian Mozes,  
Ari Prasetyo.

**Language Editing Office** : Erwin Kusuma Oloan Hutapea,  
Dimas Wahyu Trihardjanto,  
Eris Eka Jaya.

**Administrative dan Secretary** : Tania Fredika Titaley,  
Ira Fauziah,  
Adinda Dwi Putri.

#### **Digital Advertising Division**

Devie Emza (*Sales Manager*)

Andrew H. Sinaga (*Sales Asst Manager*)

Amalia Nuraini (*Marketing Communication Assistant Mannager*)

#### **Business Deveploment Departement**

Tommy Anugroho (*Business Deveploment Assistant Manager*)

#### **Kompas Karier Departement**

Naomi Octavia Corthyna Naibaho (*Kompas Karier Management*)

### **Finance Departement**

Holly Emaria (*Finance Assistant Manager*)

### **Technology Division**

Ihwan Santoso (*Technology Manager*)

Murfi Abbas Hatumena (*Technology Assistant Manager*)

Yohanes Kartiko Pambudi (*Technology Assistant Manager*)

MH Prio Agung Wibowo (*Technology Assistant Manager*)

### **Director's Staff**

Eberhard Nove Ojong (*Digital Media Business Advisor*)

Romi Dandiawan (*Product Management Specialist*)

Anastasia Angeline K (*Secretary to Director dan GM*)

### **Kompasiana**

Pepih Nugraha (*Kompasiana Manager*)

V. Roro Sekar Wening (*Kompasiana Sales Manager*)

Iskandar Zulkarnaen (*Kompasiana Assistant Manager*)

#### 4. Logo dan *Tagline* Kompas.com



**Gambar 1 Logo Kompas.com**

Sumber : <https://www.google.com/search?q=logo+kompas.com>

Dengan *tagline* Jernih Melihat Dunia, Kompas.com ingin menjadi sebagai media yang selalu menyajikan informasi dalam perspektif yang obyektif, utuh, independen, tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi dan kekuasaan. Karena itu, Kompas.com tidak hanya menyajikan informasi terkini dalam bentuk berita *hardnews* yang *update* mengikuti *nature*-nya media *online*, tapi berita juga utuh dalam berbagai perspektif dalam menjelaskan duduknya perkara sebuah persoalan yang kerap simpang siur.

Reportase utuh disajikan dalam berbagai bentuk, mulai dari *hardnews*, *softnews/feature*, *wrap-up* berbagai isu yang disajikan tiap pagi, liputan khusus yang memberikan kelengkapan *update* informasi tiap saat, hingga liputan mendalam berupa *long-form*. Laporan mendalam atau *indepth* kami sajikan dalam bentuk *multimedia story telling* yang dikenal sebagai Visual Interaktif Kompas (VIK).

Media *online* dituntut menyajikan berita secara cepat. Namun, bagi Kompas.com kecepatan bukanlah segalanya. “*Get it first, but first get it right*” adalah adagium jurnalistik lama yang masih kami pegang utuh. Di era digital dan media sosial saat ini, ketika kebenaran sulit ditemukan diantara lautan informasi, menemukan kebenaran menjadi sangat relevan. Kompas.com tidak ingin menjadi kegaduhan (*noise*) di media sosial. Kompas.com berupaya memberi jawaban atas kegaduhan-kegaduhan itu (*voice*).

## 5. Pendanaan Kompas.com

PT Kompas Cyber Media adalah perusahaan media *online* yang seluruhnya dimiliki oleh grup Kompas Gramedia. Grup Kompas Gramedia yang didirikan oleh Jakob Oetama dan PK Ojong.



**Gambar 2 Pendiri Grup Kompas Gramedia**

Sumber : <http://tentangsejarah1.blogspot.com/2014/05/sejarah-berdirinya-harian-kompascom.html>

Pengeluaran Kompas.com adalah untuk biaya karyawan di divisi editorial, bisnis, dan *support functions*, biaya *event*, biaya *maintenance server* dan pengembangan teknologi dibawah PT Kompas Cyber Media

sebagai perusahaan berbadan hukum (Nomor TDP 09.05.1.73.37957) dengan izin usaha SIUP Nomor 00573/24.1.0/31.71-7.1001/1.824.271/2015. Sebagai perusahaan media *online* yang bertujuan untuk menegakan kebenaran, integritas dan transparansi menjadi komitmen. Untuk itu, maka seluruh catatan keuangan terbuka, untuk diakses oleh publik dalam hal ini pengeluaran tim *Fact-checker* Kompas.com.

Pengeluaran Kompas.com seluruhnya didanai oleh pendapatan dari bisnis *advertising*, *event production*, dan *content marketing*. Sebagai media *online* yang mewarisi jurnalisme presisi dan jurnalisme makna yang diusung Jakoeb Oetama, Kompas.com mengutamakan akurasi dan independensi dalam setiap artikelnya. Kompas.com tak terkait dengan partai politik, non-partisan, menghargai keragaman, dan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan.

## B. Perjalanan Kompas.com

### 1. Perjalanan dalam linimasa

Kompas.com merupakan media *online* yang sudah cukup lama hadir dalam dunia jurnalistik sejak tahun 1995 Kompas.com hadir pertama kali di internet dengan domain Kompas.co.id dikenal sebagai *kompas online* yang menampilkan replika harian Kompas. Pada tahun 1996 berganti alamat domain menjadi *kompas.com*, tahun 1998 berkembang menjadi unit bisnis tersendiri di bawah bendera PT Kompas Cyber Media. Kemudian tahun 2008 Rebranding menjadi Kompas.com (Reborn).



**Gambar 3** Perjalanan Kompas.com dalam linimasa

Sumber : <https://inside.kompas.com/about-us>

## 2. Awards

Berbagai penghargaan yang diterima oleh media *online* Kompas.com dari masa ke masa sejak tahun 2010 hingga 2018 hal ini juga membuktikan bahwa Kompas.com adalah media *online* yang mampu bersaing dipasaran dan menginspirasi serta menyajikan informasi baik didalam maupun luar negeri, penghargaan tersebut antara lain :

- a. **Tahun 2010**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari WAN IFRA *Silver Award* sebagai *Best in Social Media*.
- b. **Tahun 2011**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari WAN IFRA *Silver Award* sebagai *Best in Online Media*.
- c. **Tahun 2012**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari Indonesia *Brand Champion Award – Brand Champion of Content Provider* sebagai *Most Popular Online News Provider Brand* dan mendapatkan penghargaan Dian Award-Kementrian Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak sebagai *Media Inspirasi Perempuan Indonesia* kategori *Media Online*.
- d. **Tahun 2014**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari *Digital Marketing Award- Great Performing Website* sebagai *Category News Portal*.
- e. **Tahun 2015**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari Anugerah Adi Nugroho dalam rangka hari pers nasional dan mendapatkan penghargaan dari Hassan Wirajuda Award- Kementrian Luar Negeri RI sebagai kategori A (Jurnalis/Media).

- f. Tahun 2016,** Kompas.com mendapatkan penghargaan dari *Influential Brands* sebagai *Top Brand Online News Platform*, penghargaan dari *Digital Marketing Award* sebagai *Great Performing Website Category News Site*, Kompaskarier.com mendapatkan penghargaan dari *Influential Brands* sebagai *Top Brand Online Job Search*. Kemudian 3 penghargaan dari Pijaru pertama, pada festival Film Indonesia sebagai pemenang Piala Citra Kategori Film Animasi Terbaik (Surta Untuk Jakarta). Kedua, pada *Hellofest Award* sebagai *Best Picture* (Surat Untuk Jakarta), Ketiga, pada Piala Maya sebagai pemenang Dokumenter Pendek Terpilih (Teater Tanpa Kata: Sena Didi Mime).
- g. Tahun 2017,** Kompas.com mendapatkan penghargaan dari *WOW Brand Award* sebagai *Gold Champion (News Website Category)*, dari *Superbrands* sebagai *Superbrands Special Award (Online News Category)*, Kemudian 2 penghargaan dari Anugerah Jurnalistik MH Thamrin sebagai *3rd place (Online Feature Category)* dan *3rd place (Sports Feature Category)* serta 2 penghargaan untuk VIK (Visual Interaktif Kompas) pertama dari Bubu Awards v.10 sebagai *Best Website Award (News / Entertainment Category)* dan dari *WAN IFRA Silver Award – Best Innovation New Product*.
- h. Tahun 2018,** Kompas.com mendapatkan penghargaan dari *WOW Brand Award* sebagai *Bronze Champion (Online News Portal)*, dari *Superbrands Indonesia* sebagai *(Trusted Online News)* dan dari

Sertifikasi Jaringan Internasional Penguji Informasi sebagai  
(*International Fact-Checking Network/ IFCN*).

### 3. Kanal- kanal Kompas.com

- a. **Kompas Female**, menyediakan informasi seputar dunia wanita, tips-tips seputar karier, kehamilan, keuangan serta informasi belanja.
- b. **Kompas Bola**, tempat akurat sebagai media untuk mengetahui update skor, berita seputar tim dan pertandingan sepak bola.
- 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 dipasaran, menampilkan *review* produk dan beragam berita teknologi.
- e. **Kompas Entertainment**, menyajikan berita-berita selebriti, ulasan film, musik serta 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 lengkap tentang rumah, apartemen serta tempat tinggal.
- h. **Kompas Images**, menyajikan foto-foto 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.<sup>4</sup>

#### 4. Produk Kompas.com

- a. **Brandzview**, Produk advertisement bersifat *softselling* dan edukatif yang digarap menggunakan standar jurnalistik dan gaya bahasa Kompas.com.
- b. **Advertorial**, Produk Advertisement bersifat *hadrselling* yang digarap menggunakan standar jurnalisitik dan gaya bahasa Kompas.com untuk mendorong promosi dan brand, produk atau jasa.
- c. **Kilas**, Produk *Brandzview* untuk memperkenalkan potensi pemerintah daerah kementerian dan instansi BUMN.
- d. **Jixie**, menawarkan pilihan berita yang disesuaikan minat dan ketertarikan pembaca.
- e. **Sorot**, merupakan produk turunan dari *content marketing* untuk mendorong potensi bisnis produk dan jasa dari bermacam sektor industri.

Seperti yang telah dibahas pada kanal-kanal serta produk di media online Kompas.com, peminat media ini hampir dari seluruh kalangan usia. Karena semua berita yang disajikan mencakup informasi mengenai kehidupan sosial kita sehari-hari mulai dari ekonomi, politik serta gaya hidup. Pada penelitian di media *online*

---

<sup>4</sup>Za Kurnia, *Gambaran Umum Kompas.com dan Republika Online*, repository.umy.ac.id, Diakses tanggal 27 September 2019.

kompas.com, peneliti lebih berfokus pada politik, mengangkat pemberitaan ujaran kebencian pada masa kampanye menjelang pilpres 2019. Menganalisis berita tersebut menggunakan teori analisis isi yang dipakai oleh Holsti.

### C. Berita Politik dalam Kompas.com

Kompas.com merupakan salah satu media *online* yang menyoroti tentang pemberitaan politik, terutama menjelang pilpres topik berita sebagian besar berfokus pada informasi mengenai politik dalam negeri. Kompas.com ingin menjadi media *online* yang dapat memberikan informasi yang objektif kepada khalayak. Agar penikmat berita bisa mendapatkan informasi yang sesuai di lapangan.

Seperti yang kita ketahui dinamika kehidupan sosial dan politik saat ini ada di era *post-truth*, era ini menggambarkan daya tarik emosional lebih berpengaruh dalam membentuk opini publik dibandingkan dengan fakta yang sebenarnya. *Post-truth* juga berpengaruh terhadap dinamika politik bangsa menjelang pemilihan presiden dan pemilihan legislatif tahun ini, kedua momen ini kental diwarnai sifat destruktif : saling nyinyir, saling memfitnah, saling menghujat, dan masih banyak lagi yang diniatkan untuk demi meraih keuntungan politik.<sup>5</sup>

Kompas.com dalam penelitian disini hadir untuk memberikan informasi yang bisa dijadikan sebagai media penyampai informasi yang akurat dalam pemberitaan politik, tidak ikut tergerus arus pemberitaan yang memihak

---

<sup>5</sup>Eki Baihaki, *Lunturnya Kearifan Berpolitik di Era "Post-truth"*, [nasional.kompas.com](http://nasional.kompas.com) Diakses tanggal 05 Oktober 2019.

kepada kepentingan politik. Dimana penelitian ini mengangkat pembertitaan mengenai ujaran kebencian menjelang pilpres 2019 agar masyarakat lebih cermat dalam menerima informasi yang disajikan.