

BAB II

GAMBARAN UMUM

Pada era Reformasi, perkembangan pengguna Internet semakin bertambah pesat begitu pula dengan media online di internet. Hal tersebut juga menimbulkan masalah baru pada media online. Praktik jurnalistik di media pada dewasa ini, belum tentu membawa para pembaca kepada kebenaran karena pada faktanya media bukan lagi the guardian angel informasi. Internet membuat siapapun yang ada di dalamnya memiliki akses terhadap penyebaran informasi. (Kovach & Rosenstiel, 2012).

Pada pemilihan presiden tahun 2001 media digunakan sebagai wahana politik praktis. Media menjadi tempat propaganda yang efektif untuk menarik masyarakat dalam pemilihan presiden tahun 2001, 2006, dan 2009. Pada jenjang waktu tersebut partai politik banyak menggunakan media elektronik seperti televisi dan media cetak seperti koran sebagai wahana untuk mempengaruhi masyarakat. Besarnya porsi iklan yang diserap media layar kaca inilah yang membuat para pemilik modal terpincut. Apalagi, iklan TV diprediksi terus meningkat. Pasalnya, masyarakat lebih memilih TV sebagai sumber informasi termurah dibanding media lain. Penelitian menyebutkan, hampir 8 dari 10 orang dewasa di kota-kota besar menonton TV setiap hari. Maka semakin besarnya dana iklan yang masuk ke dalam media maka akan semakin

pula berpengaruh kepada pemberitaan kepada pemirsa yang mengikuti alur agenda setting pengiklan tersebut (Jati, 2013).

Menjelang pemilihan kepala daerah DKI Jakarta pada tahun 2012, media online mulai digunakan oleh pasangan Joko Widodo (Jokowi) dan Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) sebagai propaganda untuk mempengaruhi masyarakat. Pasangan Jokowi-Ahok menggunakan Facebook, Twitter dan Youtube sebagai alat untuk mempengaruhi masyarakat DKI Jakarta (Anshari, 2013). Penggunaan media online pada kampanye ini, kemudian digunakan pada pemilihan presiden tahun 2014. Joko Widodo bersama dengan Jusuf Kalla menggunakan strategi kampanye akar rumput. Dimana kampanye tidak hanya dilakukan oleh Joko Widodo dan Jusuf Kalla saja, namun simpatisan dan relawan juga ikut berkampanye melalui media online seperti media sosial relawan/simpatisan (<https://id.facebook.com/JOKOWI4ID>), website relawan/simpatisan kampanye (<https://baranews.co/>), bahkan melalui portal berita online yang dimana elit pemilik portal berita tersebut mendukung kandidat tersebut (Simarmata, 2014). Joko Widodo dan Jusuf Kalla didukung oleh partai Nasdem sehingga memiliki bantuan media baik cetak, elektronik, bahkan online dalam melakukan propaganda kepada masyarakat. Kampanye seperti ini tidak hanya dilakukan oleh Joko Widodo saja, namun lawan politiknya Prabowo Subianto juga menerapkan hal yang sama. Hary Tanoesudibjo yang cenderung berpihak kepada Prabowo Subianto, menjadikan Prabowo memiliki dukungan dari

media milih Hary Tanoesudibjo pada pemilihan presiden 2014 (Anshari, 2013).

Alur pembuatan berita pada media online pada umumnya hampir sama dengan media cetak. Perbedaan hanya terletak pada tahap terakhir kedua media tersebut. Dimana media cetak melalui percetakan sedangkan media online melalui pengunggahan berita (Mondry, 2008). Menurut Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2007) alur pembuatan berita berawal dari rapat bidang yang membahas mengenai isu yang akan diliput. Lalu dilanjutkan rapat proyeksi yang membahas mengenai isu yang dibawa oleh masing-masing redaktur.

Lalu dilanjutkan dengan peliputan isu yang dilakukan oleh wartawan. Lalu dilakukan rapat budgeting yang membahas mengenai hasil peliputan oleh wartawan. Lalu dilanjutkan penulisan naskah berita, dimana hasil peliputan wartawan diolah menjadi naskah berita. Lalu tahap penyuntingan naskah, dimana naskah berita disunting oleh redaktur. Selanjutnya produksi, naskah berita yang telah di sunting diserahkan ke bagian produksi untuk diatur tata letaknya dalam bentuk copy berita. Tahap terakhir pengunggahan/percetakan, dimana copy berita akan dicetak dan disebarluaskan pada media cetak, sedangkan pada media online copy berita akan diunggah ke website portal berita (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2007).

2.1 Gambaran Umum Detik.com

Pada sub bab ini berisi mengenai biografi dari portal berita online Detik.com. Biografi tersebut antara lain berupa sejarah, visi dan misi, susunan direksi, susunan redaksi dan logo.

2.1.1 Sejarah Portal Berita Detik.com

Media online Detik.com didirikan pada 30 Mei 1998, namun mulai beroperasi pada 9 Juli 1998. Detik.com pada mulanya didirikan oleh Budiono Darsono yang merupakan mantan wartawan De Tik, Yayan Sopyan yang merupakan mantan wartawan De Tik, dan Abdul Rahman yang merupakan mantan wartawan Tempo. Pada awal berdiri, Detik.com hanya memuat berita mengenai politik, ekonomi dan teknologi Informasi. Setelah situasi politik kondusif, media ini menambah fokus pemberitaan mengenai olahraga dan hiburan.

Pada 3 Agustus 2011 Trans Corp mulai mengakuisisi perusahaan PT Agranet Multicitra Siberkom, sehingga menjadikan kepemilikan situs Detik.com berpindah tangan menjadi milik Trans Corp. Trans Corp membeli Detik.com secara penuh dengan biaya US\$60 juta atau setara dengan Rp 521-540 miliar. Setelah pengambil alihan perusahaan, maka selanjutnya jajaran direksi dan redaksi akan diisi oleh pihak Trans Corp.

2.1.2 Visi dan Misi Detik.com

a. Visi Detik.com

Menjadi perusahaan yang lebih besar dan menjadi pemain tunggal atau utama dalam industri periklanan online maupun mobile industri.

b. Misi Detik.com

1. Menyajikan informasi yang akurat, rinci dan cepat kepada masyarakat.
2. Tidak adanya perodesasi seperti harian, mingguan, bulanan seperti media cetak lainnya.
3. Mengupdate masyarakat untuk lebih cepat menadapatkan informasi.

2.1.3 Jajaran Direksi Detik.com

Komisaris Utama	: Drs. Raden Suroyo Bimantoro
Wakil Komisaris Utama	: Zainal Rahman
Komisaris	: 1. Sutrisno Iwantono 2. Calvin Lukmantara
Direktur Utama	: Budiono Darsono
Direktur Sales dan Marketing	: Nur Wahyuni Sulistiowati
Direktur Entertainment	: -

Direktur IT : -

Direktur Keuangan dan HRD : Warnedy

2.1.4 Susunan Redaksi Detik.com

Direktur Konten : Alfito Deannova

Dewan Redaksi : 1. Alfito Deannova 5. Sudrajat
2. Ardhi Suryadhi 6. Fajar Pratama
3. Odellia Winneke 7. Fakhri Fahmi
4. Elvan Dany Sutrisno

Pemimpin Redaksi : Alfito Deannova

Wakil Pemimpin Redaksi : 1. Ardhi Suryadhi
2. Elvan Dany Sutrisno

Kepala Peliputan : 1. Herianto Batubara (Jakarta)
2. Ahmad Thoriq (Daerah dan Luar Negeri)

Redaktur Pelaksana : 1. Fajar Pratama 8. Ujung Pramudiarja
2. Angga Aliya 9. Fitriya Ramadhanny
3. Doni Wahyudi 10. Eny Kartika Wati
4. Nugraha Rodiana 11. Gagah Wijoseno
5. Kris Fathoni 12. Irwan Nugroho

6. Odillia Winneke 13. Dikhy Sasra

7. Dadan Kuswaraharja

Redaktur Bahasa : 1. Habib Rifai

2. Hadi Prayuda

2.1.5 Kanal-kanal Detik.com

1. Detik News berisi informasi mengenai pemberitaan politik dan peristiwa regional hingga internasional.

2. Detik Finance berisi informasi mengenai pemberitaan ekonomi dan keuangan regional hingga internasional.

3. Detik Food berisi informasi mengenai pemberitaan kuliner dan resep makanan.

4. Detik Hot berisi informasi mengenai pemberitaan info gosip selebriti dan infotainment.

5. Detik Net berisi informasi mengenai pemberitaan teknologi informasi.

6. Detik Sport berisi informasi mengenai pemberitaan olahraga.

7. Detik Health berisi informasi mengenai pemberitaan kesehatan.

8. 20detik berisi informasi dari berita hingga gaya hidup yang dimuat dalam konten video.

9. Detik Foto berisi informasi dari berita hingga makanan yang dimuat dalam konten foto.
10. Detik Oto berisi informasi mengenai pemberitaan otomotif.
11. Detik Travel berisi informasi mengenai pemberitaan pariwisata.
12. Detik Event berisi informasi mengenai acara-acara yang akan diadakan dan bekerjasama dengan Detik.com.
13. Detik Forum merupakan tempat diskusi online antar komunitas yang dapat digunakan oleh pengguna Detik.com.
14. blogDetik merupakan tempat pengakses mengisi info atau artikel, foto, video di halaman blog pribadi.
15. Wolipop berisi informasi mengenai pemberitaan gaya hidup dan wanita.
16. Iklan Baris berisi iklan yang langsung diisi konsumen.
17. Pasangmata merupakan informasi berita dari pengguna dan dimoderasi oleh admin.

Gambar 2.1

Logo Detik.com



2.2 Gambaran Umum Okezone.com

Pada sub bab ini berisi mengenai biografi dari portal berita online Okezone.com. Biografi tersebut antara lain berupa sejarah, susunan direksi, susunan redaksi dan logo.

2.2.1 Sejarah Portal Berita Online Okezone.com

Portal berita online Okezone.com didirikan pada 1 Maret 2007. Media online ini merupakan bisnis online pertama yang dimiliki oleh PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC). Setelah Okezone.com didirikan, PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC) juga mendirikan Sindonews.co. Meskipun Okezone.com lebih tua dibandingkan Sindonews.com, namun media Okezone.com lebih populer dibandingkan dengan Sindonews.com.

2.2.2 Jajaran Direksi Okezone.com

Direktur Utama	: Daniel Hartono
Direktur	: Febriny Rimenta
Direktur	: Lia Marlina
Direktur	: Rio Anugrah

2.2.3 Susunan Redaksi Okezone.com

Direktur Konten	: Daniel Hartono (Plt)
Dewan Redaksi	: 1. Sururi Alfaruq
	2. David F Audy

Wakil Pemimpin Redaksi	:1. Fetra Hariandja 2. Gabriel Abdi Susanto 3. Santi Siera
Koordinator Liputan	: 1. Salman Mardira 2. Awalludin 3. Martin Bagya Kertiyasa
Koordinator Daerah	: 1. Fiddy Anggriawan 2. Khafid Mardiansyah
Redaktur Pelaksana	: 1. Rani Hardjanti 2. Amril Amarullah 3. Kemas Irawan Nurrachman 4. Muhammad Saifullah
Asisten Redaktur Pelaksana	: Widi Agustian
Sekretaris Redaksi	: Evi Yulianto

2.2.4 Kanal-kanal Okezone.com

1. Okezone News berisi infoemasi mengenai pemberitaan politik dan peristiwa regional hingga internasional.
2. Okezone Finance berisi informasi mengenai pemberitaan keuangan dan ekonomi regional hingga internasional.

3. Okezone Lifestyle berisi informasi mengenai pemberitaan tren gaya hidup.
4. Okezone Celebrity berisi informasi mengenai pemberitaan selebriti dan infotainment.
5. Okezone Bola berisi informasi mengenai pemberitaan sepak bola dari regional hingga internasional.
6. Okezone Sports berisi informasi mengenai pemberitaan olahraga selain sepak bola.
7. Okezone Techno berisi informasi mengenai pemberitaan teknologi Informasi.
8. Okezone Otomotif berisi informasi mengenai pemberitaan otomotif.
9. Okezone Foto berisi informasi dari berita hingga makanan yang dimuat dalam konten foto.
10. Okezone Video berisi informasi dari berita hingga gaya hidup yang dimuat dalam konten video.

Gambar 2.2

Logo Okezone.com

