

BAB II

GAMBARAN UMUM MEDIA ONLINE DETIKCOM

A. Sejarah Berdiri Media Online Detikcom

Media online sebagaimana yang kita tahu saat ini tidak ada sama sekali dua dekade yang lalu.⁴⁹ Sekarang terdapat ribuan surat kabar, televisi, radio, majalah, dan terbitan lain yang memiliki versi online.

Surat kabar di Amerika Serikat mulai muncul dalam versi online di internet pada awal 1992, tapi tidak dalam format yang seperti terlihat di World Wide Web. Pada saat itu surat kabar dalam bentuk online hanya berbasiskan teks dan didistribusikan melalui layanan online seperti prodigy dan Amerika Online. Pada 12 September 1994, Netscape meluncurkan versi beta dari Navigatornya, sebuah Web browser grafis. Segera setelah itu, surat kabar muncul dalam format online seperti yang kita dapat nikmati saat ini.

Dari tahun 1996 sampai 2002; dalam jangka waktu 6 bulan, lebih dari 4.000 surat kabar di Amerika memiliki versi online-nya.⁵⁰ Dengan kemunculan media online yang sangat banyak ini, sebelum tahun 1996, portal surat kabar online hanyalah tempat untuk memperkenalkan surat kabar belaka, hanya untuk menyatakan keberadaannya di ruang maya. Sekarang media online merupakan media informasi dan publikasi yang serius dalam hal isi dan waktu.

⁴⁹ Salwen Michael B, Bruce Garison dan Paul D. Driscoll (editor). 2005. *Online news and the publik* (New Jersey : Lewrence Erlbaum Associates, ix).

⁵⁰ Litteljohn, Stephen W. 2002. *Theories of human communication* (International Edition : Thomson Publishing Company) hal 1-2.

Media online menjadi satu dari media *mainstream* yang memainkan peranan penting sebagaimana media cetak. Dalam banyak situasi, khalayak lebih mengandalkan media online sebagai sumber informasi karena lebih mudah diperoleh, lebih sering diupdate, dan kaya dalam hal konten dibandingkan media cetak.

Indonesia sendiri mulai mengenal internet pada tahun 1990an. Pada saat itu penggunaannya masih sebatas pada beberapa pihak saja. Di tahun 1998, dipelopori oleh 2 jurnalis dan 1 teknisi sejak tahun 1995, diluncurkan portal Detikcom yang beralamat di www.detik.com yang merupakan portal media online pertama di Indonesia.

Sejarah muncul Detikcom berawal pada zaman Orde Baru, ketika Budiono Darsono bekerja di tabloid Detik. Tabloid tersebut diberangus bersama dengan tabloid TEMPO karena pada masa orde baru kebebasan pers belum diperbolehkan. Setelah mengalami hal tersebut bapak Budiono Darsono befikir dan terus berfikir tentang bagaimana cara ~~peyampaian~~ penyampaian informasi tetapi tidak melalui media cetak dan akhirnya dia mencoba bisnis dotcom yang pada saat itu belum populer. Dia membuat sebuah website yang ditawarkan kepada beberapa media cetak salah satunya adalah KOMPAS. Tetapi tawaran itu ditolak dengan alasan media yang ditawarkan tidak efesien dalam menyampaikan informasi, dan belum ada segmentasi pasarnya. Kemudian dia menawarkan website itu ke media cetak yang lainnya. namun tetap saja tawaran itu ditolak.

Setelah itu akhirnya dia berfikir dengan seorang temannya Abdul Rahman, berinisiatif mendirikan Detikcom sendiri dengan modal awal 100 juta rupiah, dia mendirikan media informasi tersebut tepatnya pada tanggal 09 juli 1998 dengan nama Detikcom, yang dibarengi dengan on linanya media informasi sejenis seperti satunet.com, astaga.com, koridor.com, mandiri.com.

Pada tahun petamanya Detikcom hanya beranggotakan 3 orang, pak Budiono sendiri bertugas sebagai orang yang berada di depan komputer untuk mengupdate berita ke website, sedangkan temannya bertugas sebagai reporter di lapangan. Ketika mendapatkan berita, temannya menyampaikannya melalui telepon, yang lebih uniknya lagi pada saat itu belum ada handphone, jadi reporter Detikcom hanya bermodalkan uang koin. Saat meliput berita di Istana Negara reporter harus mencari telepon umum, pada saat itu ada di gedung Telkom dan reporter harus kasana dahulu untuk menelpon dan menyampaikan berita kepada pak Budiono yang berada di kantor Detikcom.

Setelah selang beberapa bulan Detikcom online, mereka mendapatkan iklan pertama, pada saat itu iklan pertamanya dalah iklan Processor Intel Petium III. Tambahnya lagi saat memperlihatkan gambar tampilan Detikcom yang pertamakali terbit dengan iklan pertamanya dalam slide presentasinya. Detikcom pada saat itu berkantor di Lebak Bulus tepaptnya di samping stadion sepak bola Lebak Bulus. Filosofi nama detik sendiri adalah karena Detikcom ingin mengajikan informasi yang ter-update setiap jam, menit bahkan detik. Sejalan dengan perkembangannya teknologi dan meleknya masyarakat akan internet, Detikcom semakin menanjak naik sebagai *news*

online nomor satu di negri ini. Rangkings Detikcom menanjak ketika kejadian – kejadian luar biasa di negeri ini terjadi, diantaranya ketika Soeharto turun, Soeharto meninggal, poligaminya A'gum, terbitnya majalah Playboy Indonesia dan sebagainya.

Dahulu tampilan Detikcom yang hanya berisi beberapa berita, sekarang telah bertambah beberapa iklan, dan inilah sebenarnya penghasilan yang luar biasa dari perusahaan ini. Detikcom sekarang bukan hanya sebagai *news online* saja melainkan menjadi *Portal*, dari mulai blog yang dinamai blogdetik.com, forum, detiknews, detikhot dan masih banyak lagi fasilitas yang tersedia di Detikcom.

Dari revolusi ini kita bisa melihat telah terjadi revolusi media. Media informasi awalnya hanya sebatas media cetak dan televisi saja, hal ini dikarenakan terbatasnya infrastruktur informatika teknologi. Seiring berjalannya perkembangan teknologi, media informasi sekarang bisa diakses melalui website dan tidak hanya terbatas pada media cetak dan media televisi saja. Di Indonesia sendiri media informasi mulai berevolusi ketika pada tahun 1998 yang dipelopori oleh Detikcom yang menyediakan informasi berbasis web (*online*). Dimana pengguna tidak perlu lagi membeli media cetak atau dengan menonton televisi pada waktu – waktu tertentu untuk mendapatkan informasi, tetapi hanya dengan berselancar ke dunia maya dan mengakses situs Detikcom.

Revolusi media terjadi karena keinginan dari user untuk mendapatkan informasi tiada batas, dimanapun dan kapanpun informasi bisa didapatkan

serta mendapatkan berita yang terbaru setiap saat. Dengan perkembangan teknologi yang semakin hebat, revolusi media saat ini telah berkembang ke arah kemudahan mendokumentasikan dan menyiarkan setiap informasi atau peristiwa – peristiwa penting yang terjadi. Hal ini dilihat pada acara Metro tv yakni I witness, dimana setiap informasi yang disajikan dalam acara tersebut adalah informasi yang berhasil diliput oleh masyarakat biasa dengan menggunakan media recorder digital standar, seperti *handycam*, *camera digital*, *handphone* dan lainnya. Hal ini diakukan karena antusiasme dari masyarakat untuk memberikan informasi sangatlah tinggi.

Detikcom telah terlebih dahulu menggunakan media ini dengan dibekali *handphone* yang dapat merekam vidio, suara dan foto beresolusi tinggi. Wartawan Detikcom bisa dengan mudah mendokuentasikan setiap peristiwa yang mengandung informasi dan mengirimkannya ke redaksi untuk diedit kemudian langsung disiarkan malalui website canggih tersebut.⁵¹

B. Profil Detikcom

Detikcom adalah sebuah portal web yang berisi berita aktual dan artikel daring Indonesia. Detikcom merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berbahasa Indonesia lainnya, Detikcom hanya mempunyai edisi daring dan menguntungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, Detikcom merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (*breaking news*).

⁵¹ www.detik.com diakses tanggal 04 maret 2014.

Sejak tanggal 3 agustus 2011, Detikcom menjadi bagian dari Trans Corpora. Detikcom pertama kali memulai online dengan sajian lengkap pada 9 juli 1998. Walaupun sebenarnya server Detikcom sudah dapat diakses sejak tanggal 30 mei 1998. Detikcom sendiri didirikan oleh empat orang wartawan yang berpengalaman. Budiono Darasono yang pernah mengabdikan dirinya sebagai wartawan detik, kemudian Yayan sophian yang juga mantan wartawan Detik, Abdul Rahman sebagai eks wartawan Tempo, dan juga Didi Nugraha.

Semula peliputan utama Detikcom hanya berfokus pada pemberitaan politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Kemudian setelah politik di Indonesia mulai mereda dan kehidupan ekonomi mulai mengalami perbaikan Detikcom akhirnya memutuskan untuk melampirkan berita hiburan dan olahraga. Dari kondisi itu akhirnya tercetus keinginan membentuk media cetak yang berbasis harian, mingguan, ataupun bulanan, melainkan kini menjadi format berita. Dan Detikcom adalah breaking news dengan bertumpu pada vivid description. Detikcom melesat sebagai situs informasi digital yang paling populer di kalangan pengguna internet.

Bahkan dalam salah satu blog terkenal di Indonesia menjelaskan bahwa Detikcom merupakan sebuah portal web yang berisi berita actual dan artikel online di Indonesia yang paling populer. Berbeda dari para pesaingnya yang sama-sama berbahasa Indonesia. Walaupun Detikcom hanya mempunyai edisi online dan menggantungkan pendapat dari iklan situs ini merupakan yang terdepan dalam hati penyajian berita-berita baru. Atau dapat dikatakan Detikcom memiliki rating tertinggi dalam persaingan situs informasi di

Indonesia. Sebagai pelopor portal berita online. Detikcom berhasil menjadi market leader. Kebanyakan para profesional menjadikan Detikcom sebagai menu rutin yang dibuka oleh mereka setiap hari. Memang ada kritik dari sebagian orang tentang design atau tampilan yang ditambahkan iklan, sehingga dalam proses pengaksesan pun menjadi lebih membutuhkan waktu, tapi pada kenyataannya Detikcom masih menjadi salah satu top situs di Indonesia.

Bukan hanya berisi generasi news, Detikcom juga mengembangkan kanal-kanal yang ternyata juga cukup laris, antara lain : detikfinace, detikhot, detiknet, detiksport, detikfood, detikfoto, detikTv, detikportal, detikSurabaya, detikBandung, detikforum dan makanan enak (MEOK). Namun Detikcom berjalan dengan banyak pesaing lain dengan beberapa berita yang berbeda dan memiliki nama antara lain : kompas.co.id, replubika.co.id, astaga.com, dan okezone.com.

Pada awal perjalanan Detikcom (Juli 1998) tercatat situs ini sudah menerima 30 ribu hits perharinya, 9 bulan kemudian tepatnya Maret 1999 rata-rata hits perharinya mencapai 214 ribu hits. Jumlah tersebut terhitung tujuh kali lebih banyak dari jumlah pada saat awal Detikcom terbentuk. Dan jumlah hits kembali melonjak pada juni 1999, tercatat 536 ribu hits per harinya. Kini tak kurang dari 2,5 juta hits diterima Detikcom. Bahkan rival terdekatnya pun tidak mencapai setengah dari jumlah tersebut. Detikcom juga memiliki alat ukur lainnya yang sampai sejauh ini disepakati sebagai ukuran yang mendekati seberapa besar potensi yang dimiliki sebuah situs selain

perhitungan hits. Ukuran tersebut adalah page viewers (jumlah halaman yang diakses). Page views Detikcom sampai sekarang mencapai tiga juta.⁵²

C. Visi dan Misi Media Detikcom

Visi Detikcom adalah Menjadi tujuan utama orang Indonesia untuk mendapatkan content dan layanan digital, baik melalui internet maupun seluler. Sedangkan misi Detikcom adalah *pertama*, memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, *kedua*, memberikan kesejahteraan kepada karyawan dan menjadi tempat yang baik untuk berkarir, *ketiga* memberikan hasil optimal yang berkesi-nambungan bagi pemegang saham.

D. Manajemen Detikcom

Tabel 2.1

Struktur Manajemen Detikcom

Jabatan	Nama
Komisaris Utama	Drs Raden Suroyo Bimantoro
Wakil Komisaris Utama	Zainal Rahman
Komisaris	Sutrisno Iwantono Calvin Lukmantara
Direktur Utama	Budiono Darsono
Direktur Sales dan Marketing	Nur Wahyuni Sulistiowati

E. Redaksional Media Detikcom

Detikcom sendiri memiliki sepuluh kanal berita dan tiga kanal berita lokal. Sepuluh kanal berita tersebut antara lain : detiknews, detikhealth, detikoto, detiksport, detiknet, detikfood, detikfoto, detiktv, detikfinance dan detiktravel. Tiga kanal berita yakni Surabaya, Bandung dan Yogyakarta.

⁵² www.detik.com diakses 04 maret 2014

Detiknews merupakan berita dengan jenis hard news yang menjadi hardline dari Detikcom, detikhealth berisi berita – berita dan artikel mengenai kesehatan. Detiksport berisi berita seputar olahraga, detikoto memuat berita mengenai dunia otomotif, detiknet berisi berita – berita mengenai teknologi dan komputer, detikfood berisi mengenai liputan kuliner, detikfoto, detiktv merupakan inovasi dari Detikcom yang menghadirkan berita foto dan berita video, detikfinance merupakan berita mengenai bisnis - bisnis dalam negeri maupun luar negeri, detiktravel merupakan isi berita yang meliput kelapangan dan berbaur dengan kondisi alam sekitar baik di Indonesia maupun luar Negeri.

Sementara itu tiga kanal yaitu detikSurabaya, detikBandung dan detikYogyakarta, yang memuat berita – berita lokal di tiga kota tersebut. Kanal dalam media online ini merupakan sebutan bagi rubrik seperti halnya dalam media cetak. Karakteristik berita di Detikcom sendiri lebih mirip ke breaking news. Berita yang disajikan singkat dan padat.

Setiap berita yang diliput oleh wartawan yang berada di lapangan dilaporkan oleh rekan – rakan yang berada di ruang redaksi. Tim redaksi inilah yang menaikkan berita dan tetntunya setelah mendapat persetujuan dari redaktur pelaksana masing – masing kanal.

Tabel 2.2

Struktur Redaksi Detikcom

Jabatan	Nama
Pemimpin Redaksi	Arifin Asydhad
Wakil Pemimpin Redaksi	Ine Yordenaya

Dewan Redaksi	Budiono Darsono dan 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), Wahyu Daniel (detikfinance), Fitraya Ramadhanny (detiktravel), Odilia Winneke (detikfood), Ferdy Thaeras (wolipop), Dikhy Sasra (detikfoto), Gagah Wijoseno (Koordinator Liputan), Triono Wahyu S (Koordinator Liputan Daerah/Luar Negeri)
Kepala Biro Surabaya	Budi Sugiharto DetikSurabaya: Budi Hartadi (Koordinator Liputan), Fatichatun Nadhiroh, Imam Wahyudiyanta, Rois Jajeli, Zainal Effendi
Kepala Biro Yogyakarta	Bagus Kurniawan, Ati Dirgawati (sekretaris)
Kepala Biro Bandung	Erna Mardiana Detik Bandung: Avitia Nurmatari, Baban Gandapurnama, Tya Eka Yulianti.
	Biro Daerah Non Biro: Muchus Budi Rahayu (Solo), Angling Adhitya Purbaya (Semarang), Yonda Sisko (Padang), Chaidir Anwar Tanjung (Pekanbaru), Khairul Ikhwan D (Medan), M Nur Abdurrahman (Makassar), M. Hanafi Holle (Ambon). Luar Negeri: Eddi Santosa (Belanda), Endang Isnaini Saptorini (Amerika Serikat), Yusuf Arifin (Inggris).
Product Management	Rohalina Gunara (Kepala Divisi), Feron Y Faizal (Manager), Sena Achari (Manager), M Yunus (Koordinator Creative)
Community Publisher	Meliyanti Setyorini (Kepala Departemen), Astri Kurnia, Jemima Lavinia, Marwan, Karel Anderson, M Fayyas
Sekretaris Redaksi	Marina Deviyanti (Kepala Departemen), M Sidik, Amalia Jusnita, Endah Sri Sarwendah, Febby Kusuma Dewi

Sumber dari www.detik.com.