

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### 4.1 Deskripsi Profil Detikcom

Gambar 4.1.1

Logo detikcom

The logo for detikcom is displayed in a stylized font. The word 'detik' is in blue, 'com' is in orange, and the 'o' is a gradient from purple to orange. The logo is centered on a background featuring a large, faint watermark of the Universitas Muhammadiyah Malang seal.

Mengusung konsep *breaking news* dalam memberikan berita kejadian terkini dan gaya hidup, Detikcom menjadi media digital paling terkenal dan signifikan di Indonesia. Detikcom kini berkembang menjadi *gateway* untuk semua layanan di ekosistem CT Corp. Detikcom diciptakan dengan niat awal untuk terus memberikan berita terbaru. *Update* berita tidak lagi menyajikan informasi dengan karakteristik media cetak harian, mingguan, atau bahkan bulanan, melainkan dengan ide *breaking news* (Detikcom, 2018).

Detikcom diluncurkan oleh Budiono Darsono (mantan wartawan Tempo dan Tabloid detik), Yayan Sopyan (mantan wartawan Tabloid detik), bersama dengan Abdul Rahman (mantan wartawan SWA), dan Didi Nugrahadi. Detik.com didirikan ketika Indonesia sedang mengalami krisis keuangan, Tabloid Detik adalah tempat sejarah Detik dimulai. Pada saat itu, berita politik dan berita kritis pemerintah mendominasi Tabloid

Detik. Pemerintah tiba-tiba melarang Tabloid Detik karena dianggap merugikan pemerintah pada saat politik masih dalam keadaan kacau.

Ketika masyarakat membutuhkan perkembangan berita mengenai reformasi tahun 1998 secara cepat, tercetuslah ide para mantan wartawan tersebut untuk membuat sebuah media yang berbasis online. Maka pada akhirnya tanggal 9 Juli 1998 ditetapkan sebagai hari lahir Detikcom, meskipun sebenarnya domain detikcom sudah aktif sejak bulan Mei 1998. Never Stand Still (Takkan Pernah Berhenti) adalah prinsip di balik nama Detikcom. Menurut Budi Rahman, pola pikir ini berarti bahwa Detikcom dapat selalu mengikuti perubahan teknis dan memberikan informasi secara cepat dan lengkap kepada pembaca.

Awalnya, berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi menjadi topik utama yang dibahas oleh Detikcom. Detikcom memutuskan untuk melampirkan berita hiburan dan olahraga hanya ketika ekonomi mulai membaik dan iklim politik mulai tenang. Selain itu, pada tanggal 3 Agustus 2011, kelompok usaha CT Corp milik Chairul Tanjung secara resmi mengakuisisi Detikcom dan menyambutnya ke dalam lipatan Transmedia. Transmedia adalah bisnis yang menjadi rumah bagi jaringan televisi Trans TV dan Trans 7. Chairul Tanjung, pemilik baru, terus menjunjung tinggi status detikcom sebagai media yang tidak memihak dan independen. Agar dapat menjalankan bisnis detikcom, inovasi, kreativitas, dan kewirausahaan menjadi prinsip panduan.

Detikcom telah berkembang dan berinovasi sejak 2019 untuk menjadi lebih dari sekadar media. Bisnis yang sebelumnya bernama PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom), yang beroperasi di bawah kendali detikcom, berubah nama menjadi PT Trans

Digital Media. Detikcom menjadi bagian dari Detik Network, grup jaringan media milik PT Trans Digital Media, setelah nama perusahaan diubah.

#### 4.1.1 Visi Misi Detikcom

VISI:

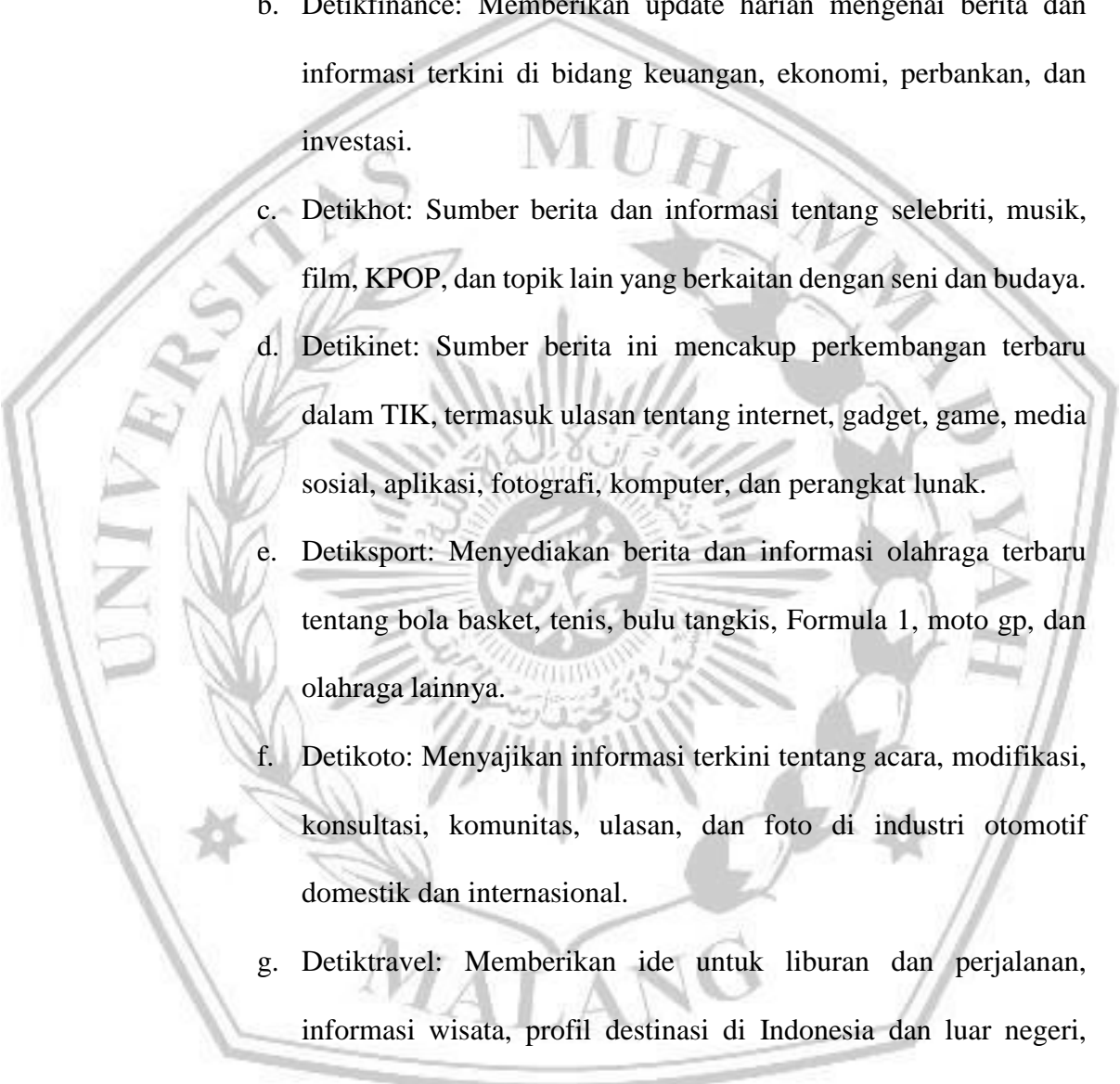
- “DIGITAL LIFE GATEWAY” Media massa yang memberitakan informasi dengan cepat dan terpercaya, juga mampu memberikan layanan yang terintegrasi.

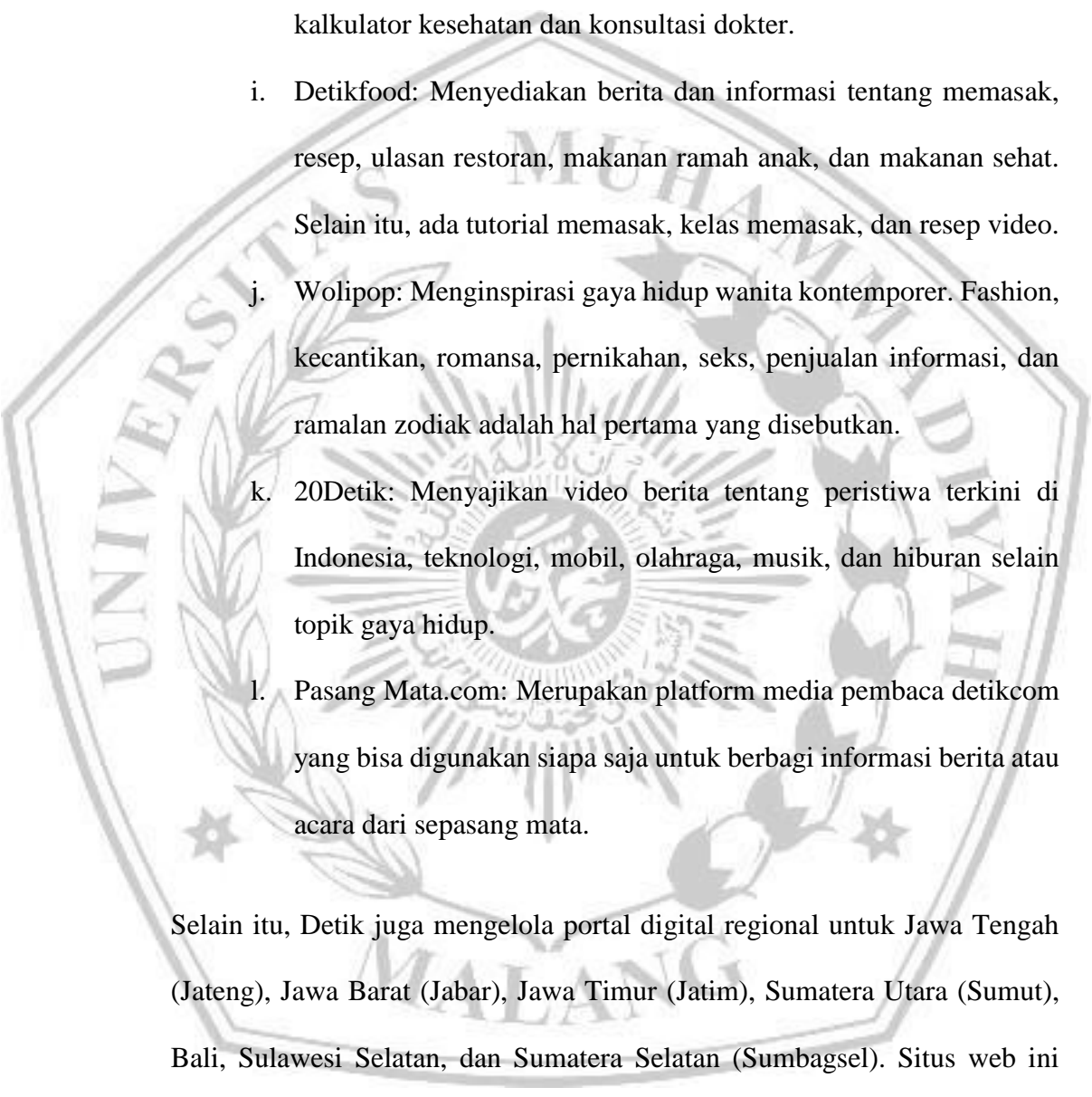
MISI:

- *Fastest, Trusted & Independent* dalam memberikan informasi yang tepat waktu, akurat, dan andal dengan tetap menjaga independensi dan keseimbangan. Sampaikan dengan berbagai konten lengkap dengan cara yang jelas, menarik, dan informatif. Selalu gunakan *Leading Technology* yang terukur saat berinovasi dan menciptakan produk.

#### 4.1.2 Situs Digital Detikcom

Untuk meraih pembaca, Detikcom memfokuskan sajian beritanya pada ranah lifestyle. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya situs digital yang dipublikasikan. Situs-situs detikcom diantaranya adalah:

- 
- a. Detiknews: Menyediakan berita harian tentang insiden, kegiatan kriminal, perkembangan hukum, cerita yang tidak biasa, politik, dan liputan eksklusif di Indonesia dan luar negeri.
  - b. Detikfinance: Memberikan update harian mengenai berita dan informasi terkini di bidang keuangan, ekonomi, perbankan, dan investasi.
  - c. Detikhot: Sumber berita dan informasi tentang selebriti, musik, film, KPOP, dan topik lain yang berkaitan dengan seni dan budaya.
  - d. Detikinet: Sumber berita ini mencakup perkembangan terbaru dalam TIK, termasuk ulasan tentang internet, gadget, game, media sosial, aplikasi, fotografi, komputer, dan perangkat lunak.
  - e. Detiksport: Menyediakan berita dan informasi olahraga terbaru tentang bola basket, tenis, bulu tangkis, Formula 1, moto gp, dan olahraga lainnya.
  - f. Detikoto: Menyajikan informasi terkini tentang acara, modifikasi, konsultasi, komunitas, ulasan, dan foto di industri otomotif domestik dan internasional.
  - g. Detiktravel: Memberikan ide untuk liburan dan perjalanan, informasi wisata, profil destinasi di Indonesia dan luar negeri, rencana perjalanan, kisah perjalanan, gambar perjalanan, dan saran liburan.

- 
- h. Detikhealth: Menyediakan berita, saran, dan informasi terkait kesehatan setiap hari. Informasi tentang kesehatan juga mencakup penyakit, diet, pengasuhan, seks, dan obat-obatan. Tawarkan kalkulator kesehatan dan konsultasi dokter.
  - i. Detikfood: Menyediakan berita dan informasi tentang memasak, resep, ulasan restoran, makanan ramah anak, dan makanan sehat. Selain itu, ada tutorial memasak, kelas memasak, dan resep video.
  - j. Wolipop: Menginspirasi gaya hidup wanita kontemporer. Fashion, kecantikan, romansa, pernikahan, seks, penjualan informasi, dan ramalan zodiak adalah hal pertama yang disebutkan.
  - k. 20Detik: Menyajikan video berita tentang peristiwa terkini di Indonesia, teknologi, mobil, olahraga, musik, dan hiburan selain topik gaya hidup.
  - l. Pasang Mata.com: Merupakan platform media pembaca detikcom yang bisa digunakan siapa saja untuk berbagi informasi berita atau acara dari sepasang mata.

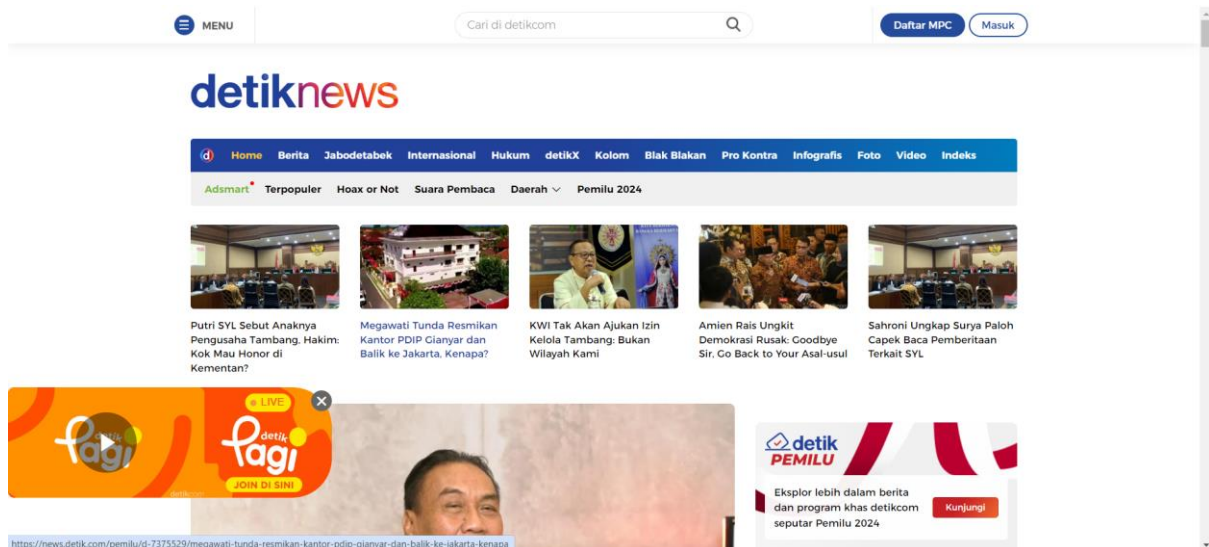
Selain itu, Detik juga mengelola portal digital regional untuk Jawa Tengah (Jateng), Jawa Barat (Jabar), Jawa Timur (Jatim), Sumatera Utara (Sumut), Bali, Sulawesi Selatan, dan Sumatera Selatan (Sumbagsel). Situs web ini didedikasikan untuk menyebarkan berita lokal.

### 4.1.3 Rubrikasi

Dalam media cetak istilah rubrikasi sudah tidak asing lagi. Dalam dunia jurnalistik rubrikasi adalah suatu bagan yang merujuk pada suatu halaman untuk memisahkan tulisan atau berita sesuai topik. Dalam media online rubrikasi ini biasa disebut dengan kategori. Detiknews memiliki 13 kategori untuk mengklasifikasikan sebuah topik atau informasi. Kategori tersebut adalah Home, Berita, Jabodetabek, Internasional, Hukum, DetikX, Kolom, Blak-blakan, Pro Kontra, Infografis, Foto, Video, dan Indeks. Dari ke-13 kategorisasi tersebut peneliti memilih situs digital Detiknews dengan kategori Berita. Berita memiliki arti sebagai laporan tercepat mengenai fakta tentang sesuatu peristiwa yang sedang dibicarakan tidak lupa berita juga harus memiliki sisi menarik atau penting bagi sebagian besar khalayak. Dengan Isu Kekayaan Rafael Alun sang Ditjen Pajak tentunya akan lebih banyak muncul informasi di kategori Berita.

**Gambar 4.1.2**

**Laman utama detiknews**



Gambar diatas menunjukkan laman utama dari detiknews. Terlihat bahwa selain tercantumnya kategorisasi topik, ada juga beberapa berita yang muncul di laman tersebut. Tidak hanya itu bagian kanan kiri dan di sela-sela berita juga terdapat kolom iklan yang cukup mengganggu.

## 4.2 Deskripsi Profil Tempo.co

Gambar 4.2.1

Logo Tempo.co

**tempo.co**

**BICARA FAKTA**

Tempo.co adalah lembaga informasi yang menyediakan produk-produk seperti artikel/berita yang dihasilkan melalui media online seperti majalah, koran/koran, dan

portal berita. Tempo.co menampilkan diri sebagai platform penyedia berita digital dengan aplikasi berbasis web dan mobile, dipersenjatai dengan kualitas jurnalistik spesifik Tempo serta ketajaman teknologi dan data besar.

Tempo.co didirikan pada tahun 1996 sebagai tempo interactive oleh Yusril Djalinus, Bambang Bujono, S. Prinka, dan Saiful B. Ridwan, tetapi tempo.co mulai aktif menyediakan produk majalah pada tahun 1971 melalui konsultasi enam wartawan: Goenawan Mohamad, Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, Usamah, dan Christianto Wibisono.

Edisi perdana majalah Tempo berfokus pada seni, gaya hidup, dan perilaku baru. Saat mengembangkan pasar, majalah tersebut mengalami kesulitan. Majalah ini dilarang pada tahun 1982 karena mengkritik Orde Baru dan Partai Golkar dalam pemilu. Karena kritik yang sangat keras terhadap Habibie dan Soeharto, Menteri Penerangan Harmoko memberlakukan larangan kedua pada tanggal 21 Juni 1994. Mantan staf majalah Tempo memilih untuk meluncurkan kembali majalah tersebut setelah Soeharto lengser pada 21 Mei 1998. Majalah Tempo diterbitkan kembali pada tanggal 6 Oktober 1998 oleh PT Arsa Raya Perdana.

Kata "Tempo" dipilih sebagai nama majalah karena empat alasan. Pertama, masyarakat, khususnya warga negara Indonesia, menganggap kata tersebut singkat, bersahaja, dan mudah diucapkan. Kedua, nama ini memiliki nada netral yang tidak mengejutkan atau merangsang. Ketiga, pada saat itu, nama ini tidak terkait dengan kelompok tertentu. Akhirnya, istilah "Tempo" hanya berarti "waktu" dan merupakan



pemahaman dengan segala variasinya yang banyak digunakan oleh banyak publikasi jurnalistik di seluruh dunia.

Tempo telah menyebutkan dalam Profil Perusahaan mereka bahwa mereka akan memulai transformasi digital menyeluruh pada tahun 2019. Keputusan Tempo untuk berinvestasi besar-besaran di platform digital, dengan penekanan awal pada media online Tempo.co didorong oleh berbagai variabel. Tempo harus cepat menyesuaikan diri dengan perubahan ekosistem bisnis dan industri media untuk memulai. Kedua, seiring kemajuan globalisasi, semakin banyak individu yang mahir komputer, menunjukkan bahwa media digital memiliki masa depan yang cerah. Lebih lanjut, Tempo berupaya menjadi lembaga kliring informasi dengan menawarkan informasi yang kredibel di tengah penyebaran hoaks, khususnya di media sosial.

Tempo kini tengah mengembangkan produk digital baru. Salah satu caranya adalah dengan mengembangkan aplikasi yang mengintegrasikan semua platform produk informasi, seperti majalah, surat kabar, dan digital. Aplikasi all-access Tempo Media memiliki jumlah pelanggan berbayar yang sangat besar, namun tidak dapat menggantikan edisi kertas pelanggan Tempo.

Menurut Gunawan Moehammad, filosofi Tempo didasarkan pada nilai-nilai budaya Tempo, yaitu terpercaya, independen, dan profesional. Menjadi dapat dipercaya berarti menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, integritas, dan konsistensi. Tujuan kebebasan adalah untuk memberi ruang bagi kebebasan berpikir dan berekspresi. Sementara profesional sangat terampil di bidangnya.

#### 4.2.1 Visi Misi Tempo.co

VISI:

- Menjadi Acuan dalam upaya memperluas kebebasan berpikir dan berpendapat publik dan untuk mengembangkan budaya yang menghargai kecerdasan dan keragaman.

MISI:

- Menghasilkan produk multimedia independen dan bebas tekanan dengan mengakomodasi dan mendistribusikan beragam suara.
- Menghasilkan produk multimedia berkualitas tinggi sambil mematuhi kode etik.
- Memberikan lingkungan kerja yang sehat serta mensejahterakan yang mencerminkan keberagaman Indonesia.
- Menciptakan proses kerja yang menghargai dan menguntungkan semua pemangku kepentingan.
- Menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah artistik, intelektual, dan komersial dengan menumbuhkan ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.

- Tetapkan diri Anda sebagai pemimpin pasar dalam industri multimedia dan di antara para pendukungnya.

#### 4.2.2 Situs Digital Tempo.co

Tempo meningkatkan media digital dengan menjadikan media online tempo.co sebagai tumpuan awal. Dengan mengikuti perubahan pasar dan digital yang semakin maju, tempo beradaptasi dengan cepat di industri media. Hal ini membuat tempo mengembangkan produk-produk turunannya, yakni:

- a. Cantika.com: Berawal dari kalimat “Karena wanita ingin dimengerti”. Itulah semangat yang membuat lahirnya sebuah platform digital cantika.com yang menyediakan berbagai macam berita dan informasi seputar dunia wanita seperti fashion, kecantikan, karir, keluarga, kuliner, hingga astrologi. Cantika.com sendiri merupakan pengembangan dari kanal Cantik di Tempo.co, yang kemudian diperkaya dengan konten khas dan dekat dengan pembaca wanita masa kini.
- b. GoOto.com: Berbeda dengan berita otomotif pada umumnya, GoOto.com menawarkan berbagai konten menarik tentang dunia otomotif dengan sentuhan tulisan khas Tempo yang mendalam, lengkap, dan diharapkan dapat membantu meningkatkan industri otomotif Indonesia. Semua informasi ini diringkas menjadi saluran

yang mencakup mobil, sepeda motor, aksesoris, kiat, modifikasi, balap, test drive, perdagangan, foto, video, dan indeks.

- c. Temotion: Temotion adalah studio animasi Indonesia yang di support oleh Tempo Media Group . Mulai beroperasi di Mei 2019, fokus bisnis kami adalah pembuatan dan pengembangan IP, produksi untuk services, serta konsultan edukasi.
- d. Rombak Media: Rombak mendukung tumbuhnya ekosistem konten dan media yang positif di Indonesia. Dengan adanya konten berkualitas, hal ini mampu memberikan daya pada masyarakat, merombak pola pikir dan menghadirkan perubahan positif. Rombak Media membangun dan mengembangkan beberapa media seperti Kok-bisa? (edukasi dan sains), TelusuRI (perjalanan dan wisata) serta Ziliun (ekonomi kreatif dan bisnis rintisan).
- e. Teras.id: Teras menjadi bentuk kolaborasi untuk menjalin mitra antara tempo dengan daerah-daerah lain untuk mengabarkan suatu informasi. Situs-situs yang telah menjadi mitra saat ini diantaranya adalah kabarmakassar.com, metromerauke.com, sulbarkita.com, teraslampung.com, iniborneo.com, bantennews.co.id dan masih banyak yang lainnya.
- f. Majalah Tempo Digital: Majalah Tempo tentu sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia. Terbit sejak tahun 1971,

Majalah Tempo kini hadir dalam bentuk digital sehingga memudahkan pembaca untuk melihat update berita terbaru yang sama dengan versi Majalah Tempo cetak. Pembaca dapat mengakses semua konten dan mencari arsip berita Majalah Tempo dari tahun 1977 hingga saat ini melalui konsep berlangganan.

- g. Koran Tempo Digital: Koran Tempo saat ini tersedia dalam media digital, memungkinkan pembaca untuk mendapatkan berita terbaru yang sama dengan versi cetak. Pembaca dapat berlangganan untuk melihat semua artikel dan mencari arsip berita Koran Tempo dari tahun 2001 hingga sekarang.

#### **4.2.3 Rubrikasi**

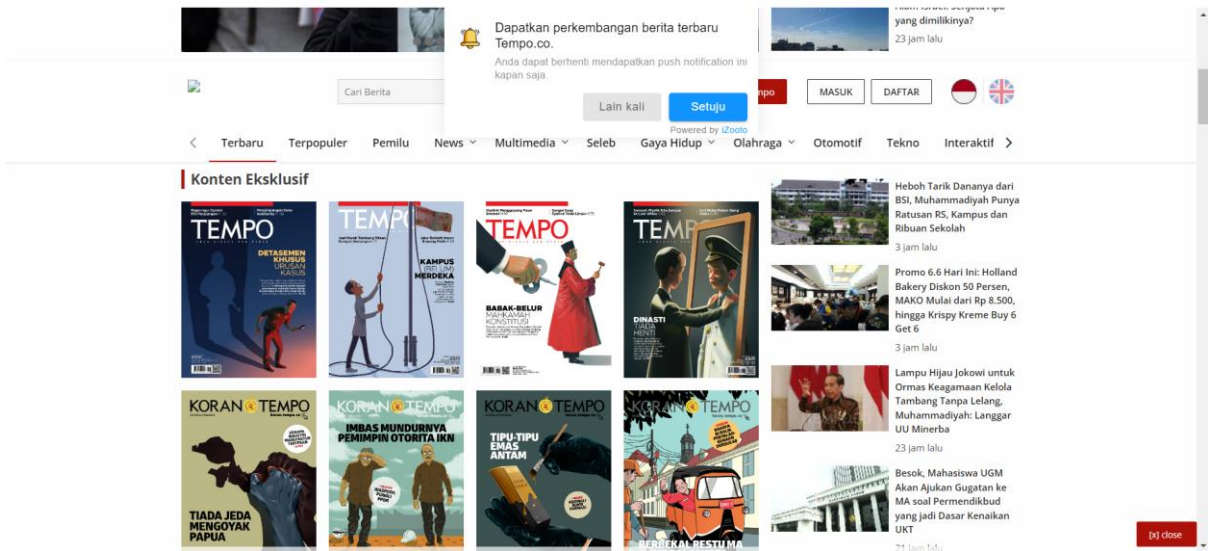
Berbeda dengan Detikcom, rubrikasi dalam media online Tempo.co sebanyak 18 kategorisasi untuk mengklasifikasikan sebuah topik atau informasi. Kategori tersebut antara lain adalah Terbaru, Terpopuler, Ramadhan, News, Multimedia, Seleb, Gaya Hidup, Olahraga, Otomotif, Tekno, Interaktif, Cek Fakta, Difabel, Kolom, Newsletter, Nusantara, Info Tempo, dan Indeks. Meskipun ada 18 kategori, masih ada beberapa kategori yang mengklasifikasikan topik secara lebih sempit seperti:

- News: Nasional, Metro, Bisnis, Dunia, dan Fokus
- Multimedia: Foto, Video, dan Podcast,
- Gaya Hidup: Gaya, Cantik, dan Travel
- Olahraga: Bola dan Sport
- Interaktif: Interaktif, Data, Grafik, News Game
- Nusantara: Jawa Barat dan Bangka Belitung
- Info Tempo: Inforial dan Event

Di tempo.co peneliti memilih kategori News Nasional untuk dianalisis. Berita yang ditampilkan dalam kategori News Nasional merupakan informasi tentang isu-isu nasional. Tentunya berita tentang kekayaan Ditjen Pajak Rafael Alun merupakan suatu Isu Nasional yang memang harus dipublikasikan kepada masyarakat. Selain itu peneliti juga mengambil berita yang ada di Koran Tempo agar ada sisi yang berbeda. Meskipun begitu berita dipilih dari Koran daring Tempo yang masih termasuk dalam unsur media online.

**Gambar 4.2.2**

**Laman Utama Tempo.co**



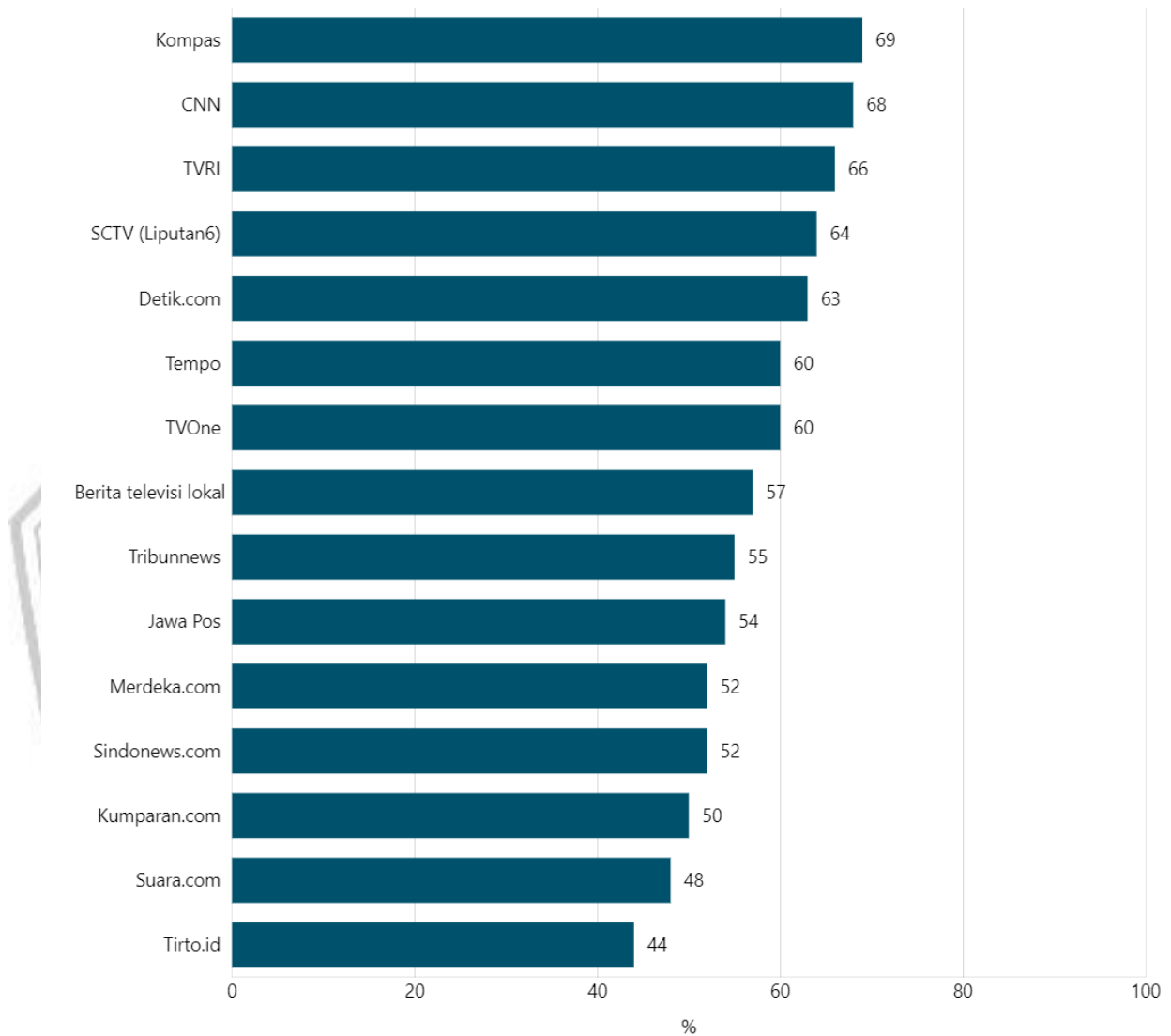
Selain mencantumkan kategorisasi di laman pertama, tempo juga menyajikan konten eksklusif berbayar seperti majalah dan Koran tempo. Konten eksklusif tersebut berisi tentang liputan-liputan khusus yang sudah menjadi ciri khas tempo dalam menginformasikan suatu peristiwa atau menguak hal-hal yang sedang terjadi.

### 4.3 Media Online Terbanyak di Konsumsi

Gambar 4.3.1

Media Online Paling Sering Dikonsumsi

### Merek Media yang Paling Dipercaya Responden (2023)



**Sumber:**  
Reuters Institute

**Informasi Lain:**

Reuters Institute me rilis laporan Digital News Report 2023 tentang *landscape* media massa pada pertengahan 2023, tepatnya pada Rabu, 15 Juni 2023. akan tetapi



survei dilakukan pada akhir bulan januari sampai awal february dan diikuti oleh 2012 responden.

Data di atas menunjukkan bahwa Kompas memiliki konsumsi media online tertinggi dengan memperoleh suara responden sebanyak 69%. Hal tersebut merupakan pertama kali adanya penggeseran yang dialami oleh CNN, karena sejak adanya survei *Digital News Report* pada 2021 yang dilakukan oleh Reuters Institute CNN selalu mendapatkan survei tertinggi.

Sedangkan Detikcom dan Tempo.co saling beriringan berada di peringkatnya. Detikcom sendiri mendapatkan suara sebanyak 63% yang mendapatkan posisi ke lima, untuk tempo.co sendiri mendapatkan suara sebanyak 60% dan mendapatkan posisi ke enam. Sebagai media yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Hal ini membuat peneliti memiliki rasa penasaran terkait apa yang menjadikan media online Detikcom di peringkat ke lima dan Tempo.co berada di peringkat ke enam, seperti yang kita ketahui sebelumnya bahwa tempo.co sebelum beralih ke media online, tempo adalah salah satu Koran dan majalah terpopuler yang ada di Indonesia dengan ciri khas independennya yang sangat lantang dalam menyuarakan berbagai macam berita khususnya dalam mengkritik pemerintah.

Oleh karena itu peneliti memilih dua media online detik.com dan tempo.co sebagai subjek penelitian dalam pemberitaan putusan sengketa pilpres 2024. Dengan ini peneliti berharap menemukan perbedaan dari kedua media online dalam memberitakan suatu Isu yang sedang tengah dibicarakan oleh masyarakat Indonesia.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmiah dan wawasan berharga tentang bagaimana media mengemas dan membingkai berita, yang dapat meningkatkan pendidikan jurnalistik dan membantu siswa memahami industri jurnalisme. Temuan ini dapat diterapkan secara praktis untuk meningkatkan cara berita disajikan kepada publik dan diharapkan memiliki dampak signifikan pada industri jurnalisme.

