

BAB III
GAMBARAN UMUM
Kompas.com & Detik.com

A. Sejarah Umum Kompas.Com

Salah satu media online pertama di Indonesia adalah kompas.com pada 01 September 1995 ketika pertama kali muncul di internet. Awalnya login ke kekompas.co. id, kompas online atau kol, hanya satu salinan dari Berita Harian Kompas yang diterbitkan. hari itu ditampilkan.

Sehingga bertujuan agar menyediakan pembaca kompas harian di tempat-tempat yang sulit dijangkau melalui jaringan distribusi kompas kami. Pembaca kompas online, khususnya di Indonesia bagian timur serta pembaca kompas di luar negeri, dapat menikmati kompas yang sama setiap hari tanpa harus menunggu berhari-hari seperti biasanya.

Selain itu, alamat Kompas Online diubah menjadi www.kompas.com pada awal tahun 1996 untuk memberikan layanan terbaik bagi Anda. Dengan alamat baru, Kompas Online semakin populer di kalangan pembaca setia Kompas di luar negeri.

Menyadari besarnya potensi dunia digital, Kompas Online menjadi unit bisnis di bawah bendera PT Kompas Cybermedia (KCM) pada 6 Agustus 1998. Belakangan, Kompas Online dikenal sebagai Kompas Online .KCM. Saat ini, pengunjung KCM tidak menerima kompas harian, tetapi mereka juga menerima informasi terbaru tentang perkembangan acara terbaru..³⁵

Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, jumlah orang yang mengakses KCM meningkat pesat. Akses ke informasi di internet sekarang menjadi bagian integral dari kehidupan kita sehari-hari. Dunia digital selalu berubah. KCM Juga membaik

Pada tanggal 29 Mei 2008, portal ini berganti nama menjadi kompas.com mengacu pada merek Kompas, dan perusahaan ini selalu dikenal dengan jurnalisme yang bermakna. Saluran informasi telah ditambahkan. Tingkatkan kinerja persentase berita Anda dengan memberikan pembaruan nyata kepada pembaca Anda. Rebranding Kompas.com menegaskan

³⁵ <https://inside.kompas.com/> . Diakses , 22/04/2021

bahwa portal ingin muncul di benak pembaca jurnalisme yang baik dalam arus informasi yang cepat.³⁶

Tabel 3.1 Timeline perjalanan karir Kompas.Com dalam linimasa

Tahun	Perjalanan
1995	Pertama kali hadir di internet dengan domain kompas.co.id. dikenal sebagai Kompas Online yang menampilkan replika harian Kompas.
1996	Perubahan alamat domain menjadi kompas.com
1998	Berkembang menjadi unit bisnis tersendiri di bawah bendera PT Kompas Cyber Media (KCM).
2008	Rebranding menjadi Kompas.com (reborn).
2018	Memulai dengan warna dan logo baru yang lebih solid. ³⁷

³⁶ <https://inside.kompas.com/> . Diakses , 22/04/2021

³⁷ <https://inside.kompas.com/> . Diakses , 22/04/2021

**Tabel 3.2 Penghargaan yang diterima Kompas.com
dari masa ke masa³⁸**

Tahun	Penghargaan
2010	Kompas.com – WAN IFRA Silver Award- Best In Social media
2011	Kompas.com – WAN IFRA Silver Award- Best In online media
2012	Kompas.com – Indonesia brand champion award- brand champion of content provider: most populer online news provider brand. Kompas.com Dian award-kementrian keberdayaan perempuan dan perlindungan anak: media inspirasi perempuan Indonesia kategori media online.
2014	Kompas.com- digital marketing award- great performing website (category: news portal)
2015	Kompas.com-anugrah Adinegoro dalam rangkai hari pers nasional

³⁸ <https://inside.kompas.com/> . Diakses , 22/04/2021

	Kompas.com- Hasanwirajuda award- kementrian luar negeri RI: Terbaik kategori A (jurnalis/media)
2016	<p>Kompas.com- Influential brand- top brand online news platform</p> <p>Kompas.com- digital marketing award greatplatform website (category: newsite)</p> <p>Kompas karir.com- influential brand- top brand online job search</p> <p>Pijaru – Festival Film Indonesia – Pemenang Piala Citra kategori Film Animasi Terbaik (Surat Untuk Jakarta)</p> <p>Pijaru – Hellofest Award – Best Picture (Surat Untuk Jakarta)</p> <p>Pijaru – Piala Maya – Dokumenter Pendek Terpilih (Teater Tanpa Kata: Sena Didi Mime)</p>
2017	<p>Kompas.com – WOW Brand Award – Gold Champion (News Website Category)</p> <p>Kompas.com – Superbrands - Superbrands Special Award (Online News Category)</p>

	<p>Kompas.com – Anugerah Jurnalistik MH Thamrin – 3rd place (Online Feature Category)</p> <p>Kompas.com – Anugerah Jurnalistik MH Thamrin – 3rd place (Sports Feature Category)</p> <p>VIK (Visual Interaktif Kompas) – Bubu Awards v.10 – Best Website Award (News / Entertainment Category)</p> <p>VIK (Visual Interaktif Kompas) – WAN IFRA Silver Award – Best Innovation New Product</p>
2018	<p>Kompas.com – WOW Brand Award – Bronze Champion (Online News Portal)</p> <p>Kompas.com – Superbrands Indonesia (Trusted Online News)</p> <p>Kompas.com – Sertifikasi Jaringan Internasional Penguji Informasi (International Fact-Checking Network/ IFCN)</p>
2019	<p>Kompas.com – WOW Brand Award (News website)</p> <p>Kompas.com – Superbrands Award (Trusted Online Media).</p>

B. Sejarah Umum Detik.Com

Detik.com adalah Media digital terpopuler dan terbesar di Indonesia dengan konsep *breaking news* yang menyajikan informasi peristiwa terkini dan gaya hidup. Dan kini bertransformasi menjadi gerbang semua layanan di dalam ekosistem CT Corp.³⁹

a) Brand story

Domain detik.com aktif sejak tanggal 29 Mei 1998, namun mulai online dengan konten berita pada tanggal 9 Juli 1998. Didirikan oleh Budiono Darsono (eks wartawan tempo & Tabloid detik), Yayan Sopyan (eks wartawan Tabloid detik), Abdul Rahman (eks wartawan SWA) dan Didi Nugrahadi, detikcom dibangun dengan ide awal untuk menghadirkan berita terkini secara berkesinambungan. *Update* berita tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak harian, mingguan bahkan bulanan, namun menyajikan informasi dengan konsep *Breaking News*. Ruang kecil di

³⁹ Nanang ,*Brand Guideline detikcom*, di akses pada Diakses , 05/05/2021

bawah balkon stadion Lebak Bulus dipilih sebagai kantor pertama redaksi detikcom pada saat itu.

3 Agustus 2011, detikcom resmi diakuisisi oleh Transmedia di bawah grup perusahaan CT Corp yang didirikan oleh Chairul Tanjung. Selaku pemilik baru, Chairul Tanjung tetap mempertahankan detikcom sebagai media independen dan netral. Dengan semangat inovasi, kreativitas dan *enterpreneurship* menjadi pedoman dalam menjalankan roda bisnis detikcom. Berawal dari pengakses ratusan ribu per hari, detikcom semakin melesat menjadi media online dengan pengakses jutaan setiap harinya dan pengiklan terbesar di Indonesia.⁴⁰

Detikcom terus berinovasi dan melakukan transformasi menjadi *beyond media*. PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom) yang sebelumnya menjadi nama perusahaan naungan detikcom berubah menjadi PT Trans Digital Media. Perubahan nama perusahaan tersebut menjadikan detikcom bukan sebagai media digital satu-

⁴⁰ Nanang ,*Brand Guideline detikcom*, di akses pada Diakses , 05/05/2021

satunya yang dimiliki oleh PT Trans Digital Media, namun berkembang menjadi keluarga jaringan media bernama Detik Network. Detik Network terdiri dari detikcom, CNN Indonesia.com, haibunda.com, CNBC Indonesia, Female Daily, Beautynesia dan masih akan berkembang lebih banyak lagi.⁴¹

b) Visi-Misi

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

Misi : **Fastest, Trusted & Independent** Memberitakan informasi terpercaya dengan cepat dan akurat, selalu berpijak pada independensi dan keberimbangan. Menyampaikan dengan cara yang lugas, memikat dan informatif dengan varian konten yang lengkap. **Leading Technology** Selalu berinovasi dan

⁴¹ Nanang ,*Brand Guideline detikcom*, di akses pada Diakses , 05/05/2021

membangun produk dengan teknologi terdepan yang terukur.⁴²

c) Nilai-nilai Detikcom

Sebagai perusahaan berkembang oleh aturan, sebagian lagi berkembang oleh hirarki. Namun Detikcom berkembang karena nilai-nilai.

- a. **Cepat akurat**, Detikcom membawa kabar terkini dalam waktu yang sangat singkat. Dengan bekerja secara cepat dan akurat, kami membuat waktu berharga Anda tidak ada yang terbuang sedikitpun.
- b. **Independent**, Detikcom memiliki misi menyajikan berita adalah menyampaikan kebenaran, kami dengan bangga mengatakan bahwa tidak ada yang bisa mengubah atau mempengaruhi Detikcom untuk menjaga komitmen ini tetap berjalan
- c. **Kreatif inovatif**, Detikcom melakukan yang terbaik untuk memecahkan tantangan baru. Kami melihat tantangan

⁴² Nanang, *Brand Guideline detikcom*, diakses pada Diakses, 05/05/2021

sebagai peluang. Karena itulah kami mentransfer ide dan konsep ke paket terbaru yang berbeda dari yang lain.

- d. Integritas**, Jenius tanpa kejujuran adalah bodoh untuk menciptakan karya, kita membutuhkan pemimpi yang bersemangat dan pemikir yang bijaksana serta kolaborator yang tulus.
- e. Kerjasama**, detikcom bekerja sama sabagai satu tim. Kami mengharapkan setiap orang memiliki sikap terbuka dan terhormat dalam membangun tim yang hebat untuk membuat berlari jauh, kami harus lakukan secara bersama-sama.⁴³

Komitmen detikcom

Leading

Unggul dan terus berinovasi dalam teknologi, fitur dan tampilan yang disuguhkan sehingga pembaca selalu dapat mengakses lebih mudah dan nyaman dalam mendapatkan kebutuhan informasi dan kebutuhan apapun di detikcom.

⁴³ Nanang ,*Brand Guideline detikcom*, di akses pada Diakses , 05/05/2021

Fastest

Cepat dan responsif dalam mendapatkan informasi dan memberitakan semua peristiwa penting yang terjadi di sekitar kita, sehingga masyarakat selalu mendapat sumber informasi yang dapat diandalkan.

Trusted

Semua informasi yang terdapat di detikcom baik konten maupun non-konten harus selalu bisa dipertanggungjawabkan sesuai fakta dan kebenaran yang terjadi.

Balanced

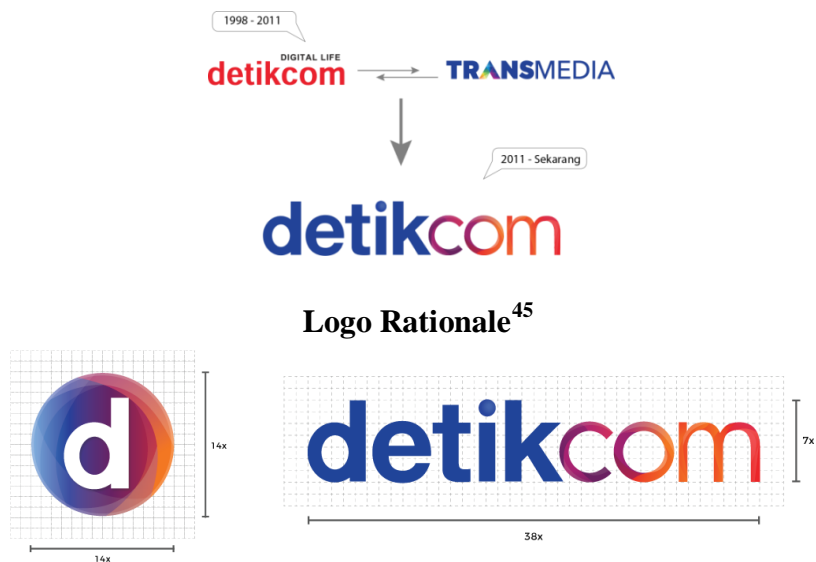
Memberikan keberimbangan informasi dan layanan, berkolaborasi dengan semua pihak yang dapat bersama-sama memberikan manfaat untuk Indonesia yang lebih baik.⁴⁴

Konsep Logo

Dibentuk dari logo detikcom dengan jenis *sans-serif* yang lebih modern di gabungkan dengan warna dasar

⁴⁴ Nanang, *Brand Guideline detikcom*, di akses pada Diakses, 05/05/2021

logo transmedia yang sudah ikonik, dengan harapan logo nantinya menjadi bentuk visual yang kekinian.



Clear Space



Beberapa Contoh Penerapan Logo

⁴⁵ Nanang ,*Brand Guideline detikcom*, di akses pada Diakses , 05/05/2021

Usage



Personality



Detikcom ibarat sebuah cluster modern yang dihuni oleh warga yang majemuk dan rata-rata berusia muda dan pekerja aktif dari berbagai latar belakang suku, bangsa, status, profesi, karakter, hobi, dsb

Layaknya warga di perumahan, di sana menjadi tempat saling berinteraksi, saling tukar informasi, melakukan berbagai aktivitas, ada pemimpin seperti pak RT yang harus bisa memimpin, menjembatani dan mengakomodir warganya dan memberitahukan serta menyebarluaskan ke warganya apabila ada informasi penting yang terkait kebijakan, peristiwa, dsb⁴⁶

Sama seperti detikcom, tim di dalam detikcom ibarat pak RT yang selalu setia menginformasikan semua peristiwa yang

⁴⁶ Nanang ,*Brand Guideline detikcom*, di akses pada Diakses , 05/05/2021

terjadi sehingga pembaca akan tahu apa yang sedang terjadi, memberikan layanan melalui fitur-fitur yang disiapkan agar dapat membantu pembaca, membuat activity agar pembacanya senang, saling berinteraksi dan tentunya detikcom juga memiliki kanal-kanal UGC agar bisa mendapat informasi dari masyarakat.⁴⁷

Karakter:

Informatif, Netral, Interaktif, Solutif, Responsif, Kreatif

⁴⁷ Nanang ,*Brand Guideline detikcom*, di akses pada Diakses , 05/05/2021