

BAB II

ATLET PEREMPUAN DALAM OLAHRAGA DAN MEDIA

2.1 Olahraga dan Media Massa

Olahraga sudah dikenal sebelum adanya media massa. Walaupun demikian, hubungan olahraga dan media massa tidak dapat dipisahkan. Media massa berperan penting dalam menyebarkan kegiatan olahraga agar dapat menjangkau banyak orang. Media hadir seiring dengan perkembangan peradaban dan meningkatkan kebutuhan masyarakat untuk berkomunikasi satu dengan yang lain melintasi batas ruang dan waktu. Media massa dan olahraga menjadi bisnis yang menguntungkan. Olahraga memiliki pendukung dan penonton fanatik karena adanya pemberitaan olahraga oleh media massa. Nugroho (2019:146) menjelaskan bahwa peran media massa memberikan pengaruh terhadap perkembangan olahraga diantaranya :

1. Olahraga menjadi populer
2. Mendukung program olahraga
3. Memberitakan olahraga secara langsung
4. Olahraga menjadi acara hiburan
5. Meningkatkan kepedulian terhadap dunia olahraga
6. Mempengaruhi sistem olahraga
7. Melahirkan pahlawan olahraga

Olahraga dan media adalah hasil konstruksi sosial. Mereka diciptakan, diatur, dan dikendalikan oleh manusia yang motif dan idenya didasarkan pada dunia sosial, pengalaman, dan ideologi mereka. Media mewakili olahraga kepada penonton/pembaca melalui gambar dan narasi terpilih yang biasanya menegaskan kembali ideologi dominan dan mempromosikan kepentingan yang memiliki perusahaan media. Ketika media dimiliki dan dikelola secara pribadi untuk menghasilkan keuntungan finansial, olahraga dipilih untuk diliput berdasarkan hiburan dan potensi pendapatannya. Gambar dan narasi media dipilih untuk

mewakili acara sehingga memenuhi minat yang dirasakan audiens dan sponsor (Coakley, 2017:403)

Media massa dapat mendorong kegiatan olahraga menjadi dikenal publik. Akan tetapi media juga dapat menjadi penghambat perkembangan olahraga jika informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan norma dan nilai yang ada dalam olahraga. Dalam budaya olahraga, fungsi media masa bisa sebagai pengawasan, penghubungan, hiburan, dan juga pencerahan (Nugroho, 2019:155).

2.2 Keterlibatan Perempuan Dalam Olahraga

Olahraga menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Namun dunia olahraga sering dihubungkan dengan budaya maskulin didalamnya. Pada pertengahan abad ke sembilan belas, laki-laki mendirikan olahraga dan didominasi oleh ideologi gender yang tertata dengan kuat (Coackey 2017:174). Oleh karena itu olahraga merupakan wilayah dan tempat bagi laki-laki untuk membangun dan menekankan identitas maskulinitas.

Pada abad kedua puluh, perempuan dihadapkan dengan mitos medis yang menimbulkan kecemasan mereka untuk berpartisipasi dalam olahraga. Mitos yang beredar yaitu jika anak perempuan bermain olahraga berat akan merusak rahim, mempersulit kelahiran anak, membentuk tubuh yang tidak feminim, kanker payudara karena mendapat pukulan yang jatuh di area dada. Pada saat itu orang-orang percaya mitos ini karena mereka memiliki ideologi gender yang kuno serta gagasan bahwa perempuan secara alami lemah dan karena itu rentan terhadap cedera dan kelelahan dalam olahraga (Coakey, 2017:176). Seiring dengan perkembangannya, kini kiprah perempuan yang berpartisipasi dalam olahraga menunjukkan peningkatan. Hal tersebut tidak terlepas dari perjuangan mereka dalam melawan mitos dan stereotipe yang berkembang dalam masyarakat.

Meskipun dapat berpartisipasi dalam dunia olahraga namun atlet perempuan masih terus berjuang untuk memperlihatkan kemampuan olahraga mereka. Dalam lapangan atlet perempuan harus memperlihatkan stereotipe femininitas ditandai dengan penggunaan rok, pita rambut dan gaya rambut untuk

menyembunyikan ketangguhan dan ketegasan mereka yang selama ini identic dengan budaya maskulin. Scott (dalam Coakey 2017:176) menjelaskan bahwa beberapa sponsor yang mengatakan bahwa jika atlet perempuan ingin menarik penonton, maka mereka harus menaikkan celana pendeknya, mengencangkan bajunya, dan terlihat seperti perempuan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa atlet perempuan dijadikan objek daya tarik bagi penonton lewat penampilannya.

Eksplotasi tubuh perempuan dalam olahraga masih saja terjadi. Misalnya saja pada pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020, dimana tim bola tangan asal Norwegia mendapatkan sanksi dan denda dari federasi bola tangan karena tim tersebut menolak untuk menggunakan bikini karena terlampau ketat. Tindakan mereka dianggap pembangkang terhadap aturan pada pertandingan. Selain itu salah satu atlet panah asal Korea Selatan An San yang berhasil membawa tiga medali emas diserang komentar yang tidak mengenakan karena penampilan rambut pendeknya. Dilansir dari liputan6.com sekelompok laki-laki di negara ginseng tersebut keberatan dengan gaya rambut tersebut yang dinilai feminis garis keras dan menuntut An San untuk memintaa maaf dan mengembalikan medali Olimpiadanya. Atlet perempuan sering sekali dipersoalkan terkait tubuhnya ketimbang segudang prestasi yang mereka milik.

Perempuan dianggap terlalu lemah dan rapuh untuk berpartisipasi. Menurut Setiawan dalam *Position Paper* Sosiologi Olahraga menjelaskan bahwa kehadiran perempuan dalam olahraga, di lain sisi merupakan perjuangan melawan indetitas dan konstruksi perempuan di masyarakat. Keikutsertaan perempuan dalam dunia olahraga dianggap sebagai symbol penyangkalan dan pemberontakan diri atas determinasi sosial tentang apa yang patut bagi perempuan. Hal tersebut dibuktikan dengan berbagai torehan prestasi yang diraih oleh atlet perempuan yang tidak lepas dari kerja keras dan tekad yang kuat.

Partisipasi perempuan dapat dilihat pada Olimpiade ke-96 tahun 396 SM, dimana Kyniska menjadi perempuan pertama yang menjuarai lomba kereta berkuda. Namun mirisnya pada pelaksanaan Olimpiade modern pertama pada tahun 1896 di Athena, tidak ada satupun perempuan yang berpartisipasi.

Kemudian pada tahun 1900 Olimpiade Paris diadakan dengan melibatkan perempuan dalam berbagai cabang olahraga dan atlet perempuan berhasil meraih medali. IOC (International Olympic Commite) menjelaskan bahwa sekitar tahun 1970-an adanya peningkatan keikutsertaan perempuan dalam olahraga kompetitif dan Olimpiade. Pada tahun 1991, Komite Olimpiade Internasional mengumumkan bahwa semua cabang olahraga baru harus melibatkan perempuan dan laki-laki. Lalu pada pelaksanaan Olimpiade London 2012 semua negara diwajibkan mengirimkan paling tidak satu atlet perempuannya.

Dahulu cabang olahraga perempuan sangat terbatas namun saat ini seiring dengan dorongan perempuan dalam menembus batasan gender dalam olahraga menyebabkan sebagian besar cabang olahraga dapat mereka ikuti. Perempuan mampu membuktikan bahwasanya mereka mampu untuk masuk dalam dunia olahraga yang sarat dengan kekuatan, kompetitif, keras dengan berbagai cabang olahraga yang berhasil diikuti.

Akhirnya perempuan memiliki kesempatan untuk olahraga yang ditandai dengan jumlah perempuan yang berpartisipasi tumbuh secara eksponensial. Namun partisipasi mereka belum menyamai angka partisipasi laki-laki. Ketidaksetaraan gender tetap ada karena olahraga secara tradisional telah diatur untuk didominasi pada laki-laki (Coakley, 2017:211).

Adanya gerakan sosial wanita yang terjadi secara global mendorong perempuan untuk hadir dalam dunia maskulinitas untuk mempertegas perempuan untuk menggali kemampuan intelektual dan fisik mereka. Kini keterlibatan perempuan dalam olahraga mengalami peningkatan dari masa ke masa. Namun dalam komersial media olahraga, atlet perempuan dan olahraga perempuan diperlakukan berbeda dibandingkan dengan atlet laki-laki dan olahraga laki-laki (Mutohir dan Promono, 2021:200).

2.3 Atlet Perempuan dalam Pemberitaan Olahraga

Selain mendapatkan perlakuan yang kurang menyenangkan dalam dunia olahraga ternyata atlet perempuan juga menerima perlakuan yang berbeda oleh

media. Liputan media tentang olahraga perempuan tidak pernah menjadi prioritas media. Hovden dan Markula menemukan tingkat representasi atlet perempuan dalam media online terbilang rendah dibandingkan laki-laki meskipun adanya peningkatan partisipasi perempuan dalam olahraga (Toffoletti, 2016:3). Kemudian dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cheryl Cooky (dalam Coackley, 2017:393) menunjukkan bahwa berita olahraga dan sorotan tentang olahraga perempuan telah menurun sejak data pertama kali dikumpulkan pada tahun 1989. Olahraga laki-laki menerima sekitar 95% liputan olahraga di media, baik gambar maupun narasi cenderung meneruskan ide dan keyakinan tradisional tentang gender (Anderson dan Kian, 2012).

Kemudian penelitian terbaru dari Ryandika (2018:75) menunjukkan media online Tribunnews.com lebih banyak mempublikasikan berita-berita tentang atlet laki-laki. Dari 113 berita yang dianalisis oleh peneliti, sebesar 46,02% berita dalam Tribunnews.com memberitakan mengenai atlet olahraga laki-laki, 39,82% tentang atlet olahraga perempuan, dan 14,16% memberitakan keduanya. Menurut Messner (dalam Kane, 2013:2) media elektronik dalam merepresentasi atlet perempuan mereproduksi ideologi dan praktik dominan yang secara sistematis memposisikan olahraga sebagai medan pria dengan kata lain sebagai pusat budaya maskulinitas dan prestasi atlet perempuan diremehkan dan dipinggir bahkan diabaikan sama sekali. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan olahraga dalam media masih didominasi oleh laki-laki.

Literatur *Reflections on Communication and Sport: On Women and Femininities* oleh sosiolog Toni Bruce (2013:129) menjelaskan bahwa jurnalis tidak secara aktif atau sadar mencoba memarginalkan olahraga perempuan. Ketika acara olahraga perempuan disajikan di media massa, narasi yang dibangun lebih sensitif terhadap keterampilan fisik atlet perempuan. Terdapat 7 pola liputan yang cenderung media massa lakukan dalam memberitakan atlet perempuan seperti :

1. Gender Marking

Pelaksanaan olahraga perempuan selalu dikaitkan dengan kata perempuan seperti “Piala Dunia Perempuan sementara untuk *event* olahraga laki-laki tidak perlu menambahkan kata laki-laki pada setiap *event*

2. *Appropriate*

Menonjolkan karakteristik pribadi yang membedakan perempuan dari laki-laki dalam hal perawakan, kekuatan, kekuasaan, kecepatan, kontrol emosi, dan kerentanan.

3. *Infantilization*

Tindakan untuk memanggil atlet perempuan sebagai "*girls*" /gadis/anak perempuan. Yang membuat status mereka menjadi terasingkan daripada atlet laki-laki yang dipanggil dengan nama belakang/Mr. Atlet laki-laki tidak pernah dipanggil sebagai "*boys*"/anak laki-laki.

4. *Nonsport issues*

Tindakan untuk mengulik atau mencari atensi yang berfokus pada *personality*, tampilan fisik, atau kehidupan keluarga atlet perempuan. Hal ini dapat membuat identitasnya sebagai atlet bukan menjadi yang utama (sekunder).

5. *Sexualization*

Mewakili atlet perempuan dengan gambar yang menonjolkan daya tarik fisik dengan mengesampingkan atribut fisik terkait olahraga, dan memberikan perhatian khusus kepada atlet perempuan yang telah "menebus feminitasnya" dengan berpose untuk representasi seperti itu dalam video atau pemotretan .

6. *Ambivalence*

Menggunakan narasi yang mengakui dan memuji keterampilan olahraga tetapi juga menyertakan komentar yang meremehkan atau merusak identitas dan kecakapan perempuan sebagai atlet yang serius.

Bernstein dan Blain (dalam Nopembri, 2013:12) menjelaskan bahwa media cenderung focus pada atlet perempuan sebagai makhluk seksual daripada

sebagai pemain. Dalam pemberitaan dan diskusi tentang olahraga perempuan, seringkali ditemukan kritik karena terlalu focus pada estetika daripada performa olahraga itu sendiri. Selama berlangsungnya Olimpiade 2016, media dikritik karena terobsesi terhadap penampilan dan pakaian atlet perempuan pada beritanya (Cambridge University Press, 2016: 8).

Atlet perempuan dalam pemberitaan berfokus pada penampilan fisiknya. Misalnya pada Olimpiade 2012 kebanyakan liputan berfokus pada gaya rambut Gabby Douglas dan perawakannya yang kecil daripada kekuatan fisik. Kemudian pada pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020 salah satu media online Indonesia yaitu Viva.co.id memberitakan atlet perempuan dengan mengeksploitasi tubuh mereka headline berita. Pemberitaan atlet perempuan dengan mengandalkan tampilan fisik memberikan gambaran bahwa media memanfaatkan segala yang melekat tubuh perempuan untuk memberikan hiburan kepada pembaca. Kentalnya budaya maskulin dalam dunia olahraga dan media menyebabkan perempuan seringsekali dijadikan objek dari pemberitaan.

Representasi atlet perempuan dalam media kian dikuatkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Muliawan (2018:57) menjelaskan bahwa pemberitaan olahraga menampilkan atlet perempuan sebagai objek dengan memperlihatkan hal-hal yang secara langsung tidak berhubungan dengan kegiatan olahraga seperti wajah yang cantik, dandanan yang digunakan, dan tubuh yang seksi. Reduksi representasi perempuan terjadi pada teks maupun dalam tampilan gambar visual. Lebih lanjut Muliawan juga mengungkapkan bahwa figure perempuan ditempatkan secara tidak adil termasuk dalam menampilkan foto-foto, elemen visual, yang menempatkan perempuan dalam kerangka objektivitas fisik. Penggambaran seperti itu tidak sekedar menampilkan faktualitas berita, melainkan wujud dari konstruksi budaya patriarki yang menempatkan atlet perempuan dalam bingkai seksis di media massa. Salah satu media online Indonesia yaitu Liputan6.com memperlihatkan bahwa dominasi budaya patriarki sangat kuat dalam pemberitaan mereka. Atlet perempuan direpresentasikan dalam posisi yang negatif, menempatkan sebagai objek seksual, dalam tampilan yang dipajang

sebagai pemuas hasrat lakilaki, dengan hanya mengekspos tampilan fisik tubuhnya, penampilan dan kecantikannya, dengan mengabaikan elemen-elemen lain seperti prestasi, kecerdasan, atau potensi-potensi konstruktif lain yang dimiliki perempuan.

Kemudian dilanjutkan dengan penelitian Anggreni bahwa perempuan selalu direpresentasikan dengan membawa sifat-sifat emosional, lemah dan tersubordinasi. Representasi perempuan belum terlihat seimbang terlihat dari jumlah sajian berita. Walaupun jurnalis menuliskan berita terkait prestasi atlet perempuan tersebut akan tetapi pemaparannya tidak merepresentasikan kekuatan dan kehebatan dari perempuan itu sendiri (Anggreni, 2014:62).

2.4 Pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020

Olimpiade merupakan ajang olahraga paling prestisius di dunia yang diadakan setiap empat tahun sekali dan diikuti oleh seluruh negara di dunia dengan menampilkan cabang olahraga yang sangat banyak (Pahlevi, 2012: 4). Olimpiade 2020 yang dilaksanakan di Tokyo sempat mengalami kendala dikarenakan pandemic yang melanda penjuru dunia sehingga pelaksanaannya ditunda dan dilaksanakan pada tahun 2021. Dilansir dari CNA, Komite Olimpiade Internasional (IOC) mengumumkan pelaksanaan Olimpiade Tokyo akan menjadi olimpiade pertama yang seimbang gender dalam sejarah. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah atlet perempuan yang berpartisipasi, presiden olimpiade perempuan, dan cabang olahraga baru yang dapat diikuti perempuan.

Pelaksanaan Olimpiade Tokyo tidak luput dari berbagai pemberitaan media online. Tingginya atensi masyarakat terhadap kompetisi olahraga terbesar di dunia tersebut menjadi sebuah nilai berita yang membuat media online memberitakan peristiwa tersebut. Pemberitaan mulai dari persiapan olimpiade, suksesnya upacara pembukaan dan penutupan olimpiade, pertandingan dari berbagai cabang olahraga, sampai dengan pemberitaan dari para atlet juga turut menjadi informasi yang menarik untuk diikuti oleh masyarakat.

Namun dari banyaknya pemberitaan yang menghiasi media online Indonesia terdapat polemik yang sempat ramai diperbincangkan yaitu pemberitaan

atlet perempuan yang krisis ramah gender. Berbagai pemberitaan menggunakan sudut pandang fisik dan mengesampingkan prestasi yang dimiliki atlet perempuan. Contohnya media online Viva.co.id menjadi bulan-bulanan masyarakat karena menurunkan beberapa berita yang menonjolkan fisik dari atlet perempuan dengan salah satu headline "*Bikin Ngilu, Pose Maharatu Bulutangkis Dunia Pakai Bikini*". Dalam penelitian "*Seksisme Perempuan dalam Budaya Pop Media Indonesia*" oleh Irzum Fariyah mengungkapkan bahwa perempuan dalam media diposisikan sebagai objek, yang berarti perempuan seringkali dilihat dari penampilannya tanpa melihat kemampuannya. Priyo (dalam Doko, 2019:96) menjelaskan bahwa isu terkait perempuan mendapat sorotan pada media online. Dengan demikian atlet perempuan yang berpartisipasi pada Olimpiade Tokyo 2020 menjadi sorotan pemberitaan oleh berbagai media dalam hal ini media online.

Salah satu media online yang intens memberitakan atlet perempuan yang berpartisipasi pada Olimpiade Tokyo adalah okezone.com. Sebagai web berita peringkat pertama yang memiliki *traffic* paling tinggi menurut Alexa, Okezone.com terhitung sejak pertengahan Juli hingga Agustus 2021 telah memuat sebanyak 139 berita yang berkaitan dengan atlet perempuan. Memberitakan dengan isu yang sama media online Kompas.com memuat sebanyak 25 berita. Traffic web berita Kompas.com menduduki peringkat delapan menurut Alexa.

Perbedaan jumlah berita dari kedua media tersebut menunjukkan bagaimana kebijakan strategi pemasaran redaksi untuk mendapatkan ketiga hal tersebut demi pendapatan media. Media online yang mempunyai jumlah berita yang lebih banyak cenderung mengedepankan kecepatan dalam membagikan berita dan mengesampingkan kualitas isi berita. Sementara itu media yang memuat berita cenderung sedikit lebih mengutamakan kelengkapan berita sehingga memiliki isi berita yang berkualitas.

Suatu peristiwa yang sama akan menjadi berita yang beragam angle karena dipengaruhi oleh perspektif dari setiap jurnalis yang berbeda (Eriyanto, 2013:29). Dalam hal ini penggambaran atlet perempuan dalam pemberitaan kedua media

tersebut akan berbeda karena dipengaruhi oleh sudut pandang dari jurnalis dan media. Masing-masing media memiliki kecenderungan sensitif gender yang berbeda-beda dalam menafsirkan, memaknai, serta membingkai fakta yang tersedia berdasarkan karakteristik media yang mereka miliki. Bagaimana pemingkai kedua media online tersebut dalam memberitakan atlet perempuan

Rank	Site	Daily Time on Site	Daily Pageviews per Visitor	% of Traffic from Search	Total Sites Linking In
1	Google.com	1512	18.54	0.20%	6,458,120
2	Okezone.com	491	3.50	6.80%	6,685
3	Youtube.com	1648	10.70	13.00%	4,582,408
4	Pikiran-rakyat.com	445	2.83	58.60%	7,838
5	Tiktok.com	412	2.01	55.70%	18,782
6	Liputan6.com	459	2.52	52.50%	10,248
7	Kumparan.com	228	4.14	52.20%	8,285
8	Merdeka.com	254	1.77	53.00%	Settings to activate Win 6,658
9	Kompas.com	420	2.58	46.10%	21,050

akan dibahas secara jelas pada bab selanjutnya.

2.5 Media online

2.5.1 Profile Media Online Okezone.com

Okezone.com adalah situs berita online secara resmi berdiri pada tanggal 1 Maret 2007. Hadirnya Okezone.com merupakan portal online milik PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNC), perusahaan media terintegrasi yang terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara. Sebagai portal online berita dan hiburan, Okezone.com tidak hanya berfokus pada pembaca Indonesia saja melainkan pembaca dari luar negeri. Okezone.com mempunyai berbagai kategori informasi mulai dari berita umum, politik, peristiwa internasional, ekonomi, lifestyle, selebritis, sports, bola, auto, teknologi, travel, food, haji dan muslim.

Memiliki tagline “Lengkap Cepat Beritanya” berhasil membawa Okezone.com memperoleh berbagai penghargaan seperti award silver untuk kategori portal berita online oleh Indonesia WOW Brand 2018. Selain itu Okezone.com menerima penghargaan dari BNPB yang dinilai aktif dan objektif dalam memberitakan kebencanaan di Indonesia selama tahun 2019. Pada Juni 2019, Okezone.com berhasil menempati peringkat ke-2 sebagai portal media online di Indonesia. Kemudian pada bulan Agustus 2021 hingga saat ini Okezone.com berhasil menduduki peringkat 1 berdasarkan data dari global ranking system alexa.com.

Gambar 2.1 Alexa Top Sites Indonesia Rank
(Sumber:Alexa)

2.5.1.1 Visi dan Misi Okezone.com

Adapun visi dari media tersebut adalah menjadi organisasi media yang berintegritas tinggi yang berfokus pada tayangan televisi serta konten berkualitas yang dibagikan dalam teknologi canggih dan maju untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dengan misi menjadi sumber berita serta informasi terpercaya dan menyajikan konsep hiburan keluarga terlengkap di Indonesia.

2.5.1.2 Redaksi Okezone.com

1. Pembina
Hary Tanoesoedibjo
2. Direktur Pemberitaan MNC Group
Prabu Revolusi
3. Direktur Pemberitaan MPI
Yadi Hendriana
4. Pemimpin Redaksi
M. Budi Santosa
5. Wakil Pemimpin Redaksi
Rani Hardjanti, Santi Siera
6. Head Content Strategy
Fetra M Hariandja
7. Kadiv multimedia
Yunita Mandolang
8. Kadiv News Gathering
Armydian Kurniawan
9. Redaktur Pelaksana
Kemas Irawan Nurrachman, Widi Agustian, Ramdani Bur, Dani Jumadil
Akhir, Siska Maria Eveline.
10. Redaktur

Fahmi Firadus, Rizka Diputra, Alan Pamungkas, Dyah Ratna Meta Novia, Feby Novalius, Helmi Ade Saputra.

11. Asisten Redaktur

Angkasa Yudhistira, Qur'anul Hidayat, Erha Aprili Ramadhoni, Arief Setyadi, Hantoro, Rahman Asmardhika, Kurniasih Miftakhul , Salman Mardira, Awalludin, Martin Bagya Kertiyasa, Khafid Mardiansyah, Taufik Fajar, Djanti Virantika, Fakhrizal Fakhri, Rizky Pradita Ananda, Vania Ika Aldida, Rivan Nasri Rachman, Zuhirna Wulan Dilla, Ahmad Muhajir, Natalia Bulan Retno Palupi, Nanda Aria Putra, Reinaldy Tesar Yustian Darius, Vivin Lizetha, Dimas Khaidar Zulfikar Nasution, Citra Dara Vresti Trisna , Lintang Tribuana.

12. Reporter

Arie Dwi Satrio, Puteranegara, Muhammad Sukardi, Novie Fauziah.

13. Fotografer, Infografis, & Video Editor

Feri Usmawan, Arif Julianto, Dede Kurniawan, Heru Haryono, Sopan, Andhika, Faisal.

14. SEO

Denny Setiawan, Ikhsan Kurniawan, Nora Andrew, Dian Anggriyani Febriyanti

15. Social Media

Rizky Gunawan, Hariry Anwar, Ghina Nurul Aini, Risma Evrylianti, Noval Kurniadi.

16. Research and Development (R&D)

Adam Sapta Nugraha, Teguh Iman Mulia

17. Koordinator Liputan

Abu Sahma Pane, Agung Nugroho, Bagas Abdiel, Dimas Andika Fikri, Djibril Muhammad, Dwinarto, Ferdy Christian, Hermanto, Ichsan Amin, Nuriwan Tri Hendrawan, Rakhmatulloh

18. Sekretaris Redaksi

Evi Yulianti

2.5.2 Profile Media Kompas.com

Kehadiran Kompas.com di Internet pada 14 September 1995 menjadikan media ini sebagai pelopor media online di Indonesia. Kompas.com pertama kali dikenal sebagai Kompas online dengan menampilkan replika dari berita-berita harian Kompas yang terbit pada hari itu yang bertujuan untuk melayani pembaca Kompas harian di tempat yang sulit dijangkau dengan jaringan penjualan Kompas. Kehadiran Kompas online memungkinkan para pembaca harian Kompas, khususnya masyarakat Indonesia bagian Timur dan luar negeri agar dapat menikmati sajian harian Kompas pada saat itu juga tanpa harus menunggu berhari-hari. Kemudian pada tahun 1996 alamat Kompas online berubah menjadi www.kompas.com guna memberikan pelayanan yang maksimal. Dengan alamat baru, Kompas Online menjadi semakin populer di luar negeri dengan pembaca setia harian Kompas.

Menyadari besarnya potensi dunia digital, Kompas Online berkembang menjadi unit bisnis lain dibawah PT Kompas Cyber Media (KCM) pada 6 Agustus 1998. Sejak saat itu Kompas Online lebih dikenal dengan KCM. Pada era ini, pengunjung KCM tidak hanya mendapatkan replika Kompas harian, melainkan juga mendapatkan informasi terkini tentang perkembangan berita terbaru yang terjadi sepanjang hari. Dunia digital terus berubah dari waktu ke waktu sehingga mengakses informasi di internet tidak lepas dari kehidupan sehari-hari oleh karenanya KCM telah ditingkatkan. Terbukti pada 29 Mei 2008, portal berita ini berganti nama menjadi Kompas.com mengacu pada brand Kompas yang selama ini dikenal dengan jurnalisme yang memberi makna. Produktivitas suguhan berita juga ditingkatkan sehingga pembaca tetap up to date dengan peristiwa yang ada. Bergantinya Kompas.com ingin menunjukkan bahwasanya portal berita ini ingin hadir dikalangan pembacanya sebagai referensi jurnalisme yang baik ditengah banyaknya informasi yang sulit dipercaya akan kebenarannya.

Memiliki tagline “Jernih Melihat Dunia”, Kompas.com ingin memosisikan diri sebagai media yang senantiasa membagikan informasi dalam sudut pandang yang objektif, utuh, independen, tidak bias oleh segala macam kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan. Tidak hanya menyediakan informasi terkini berupa berita yang terupdate sebagaimana karakteristik dari media online,

Kompas.com juga menyediakan berita yang lengkap dari berbagai sudut pandang untuk menjelaskan situasi yang terkadang simpang siur. Bentuk reportasi yang dibagikan mulai dari hardnews, softnews/feature, wrap-up berbagai isu yang diberikan setiap paginya, liputan khus dengan memberikan kelengkapan informasi terkini setiap saat, sampai dengan liputan mendalam berupa long-form. Jika media online dituntut untuk menyampaikan berita dengan cepat, namun kecepatan bukanlah segalanya bagi Kompas.com. “Get it first, but first get it right” adalah pepatah jurnalistik lama yang masih dijunjung tinggi sampai sekarang.

2.5.2.1 Visi dan Misi Kompas.com

Menjadi perusahaan terbesar, terbaik, terpadu dan terbesar di Asia Tenggara. Melalui usaha yang berdasarkan pada pengetahuan guna menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan adil, dan sejahtera. Dan mempunyai misi dimana berita-beritanya dapat mencerahkan serta menambah pengetahuan pembaca.

2.5.2.2 Redaksi Kompas.com

1. Editor in Chief

Wisnu Nugroho

2. Managing Editor

Amir Sodikin, Laksono Hari Wiwoho, Johannes Heru Margianto

3. Assistant Managing Editor

Ana Shofiana Syatiri, Caroline Sondang Andhikayani Damanik, Inggried Dwi Wedhaswary, Ni Luh Made Pertiwi F.

4. Administrative & Secretary

Ira Fauziah, Suci Primadona, Nafisa Maulida Putri, Fadiah Adlina Putri Ghaisani

5. Editors

Diamanty Meiliana, Sabrina Asril, Novianti Setuningsih, Icha Rastika, Dani Prabowo, Bagus Santosa, Fitria Chusna Farisa, Aryo Putranto Saptohutomo, Jessi Carina, Irfan Maullana, Nursita Sari, Kristian Erdianto, Ivany Atina Arbi, Ambaranie Nadia Kemala Movanita, Ihsanuddin,

Rakhmat Nur Hakim, Larissa Huda, David Oliver Purba, Robertus Belarminus, Pythag Kurniati, Khairina, Ardi Priyatno Utomo, Dita Angga Rusiana, Dheri Agriesta, Krisiandi, Andi Hartik, Gloria Setyvani Putri Kumala, Teuku Muhammad Valdy Arief, Reni Susanti, Farid Assifa, Rachmawati, Michael Hangga Wismabrata, Muhamad Syahrial, Maya Citra Rosa, Irawan Sapto Adhi, Aditya Jaya Iswara, Danur Lambang Priandiandaru, Erlangga Djumena, Yoga Sukmana, Akhdi Martin Pratama, Aprillia Ika, Muhammad Idris, Mela Arnani, Hilda Hastuti, Dian Maharani, Kistyarini, Andi Muttya Keteng, Tri Susanto Setyawan, Andika Aditia, Rintan Puspita Sari, Aris Fertonny Harvenda, Agung Kurniawan, Azwar Ferdian, Aditya Maulana, Stanly Ravel Pattiwaelapia, Agustinus Wisnubrata, Glori Kyrious Wadrianto, Muhammad Reza Wahyudi, Reska Koko Nistanto, Gito Yudha Pratomo, Wahyunanda Kusuma Pertiwi, Nabilla Tashandra, Anggara Wikan Prasetya, Ni Nyoman Wira Widyanti, Silvita Agmasari, Yuharrani Aisyah.

6. Reporters

Nicholas Ryan Aditya, Ardito Ramadhan Dhanesworo, Dian Erika Nugraheny, Achmad Nasrudin Yahya, Irfan Kamil, Robertus Tatang Guritno Donny Kuma, Rahel Narda Chaterine, Vitorio Mantalean, Adhyasta Dirgantara, Fika Nurul Ulya, Singgih Wiryono, Syakirun Ni'am, Muhamad Isa Bustomi, Tria Sutrisna, Nirmala Maulana Achmad, Muhammad Naufal, Mita Amalia Hapsari, Annisa Ramadani Siregar, M. Chaerul Halim, Joy Andre

7. Video

Sherly Puspita, Oka Ray Pama, Oky Ivan Setiawan, Lusiana Kus Anna, Oik Yusuf, Sendy Darlis Alditya P, Aditya Nugraha, Abba Gabrillin, Adesari Aviningtyas, Elizabeth Prillia Yahya Carvallo, Khairun Alfi Syahri MJ, Okky Mahdi, Rose Komala Dewi, Ira Gita Natalia Sembiring, Adisty Safitri, Adil Pradipta Huwa, Abdul Azis, Bernard Hermanto Siahaan, Alfiyan Ok-tora Atmajaya, Dina Rahmawati, Farah Chaerunniza, Syalutan Ilham, Nissi Elizabeth, Pramulya Sadewa, Claudia Aviolola, Firda

Rahmawan, Yohana Indah Nur Ratri, Talitha Yumnaa, Arie Julianto, Rizkia Shindy, Michaela Winda Saputra, Putri Aulia, Chrisstella Efivania Rosaline, Dariz Kartika Ayu Saputri, Fathira Deiza A, Andreas Lukas Altobeli, Deta Putri S, Yusuf Reza Permadi, Agung Wisnugroho, Naufal Noorosa Ragadini, Firzha Yuni Ananda Putri, Menika Ambar Sari, Adimas Afif Nugroho, Ivan Khabibu Rochman, Armitha Sathi Devi

8. Socmed

Pamela Djajasaputra, Roderick Adrian M, Nibras Nada Nailufar, Dian Reinis Kumampung, Yuna Fikry Adi Pratama, Ari Prasetyo, Ria Wulandari Rachman, Adinda Dwi Putri, Azahra Nisa Puspasari, Ghulam Abdul Malik, Mutiara Godelava Bertha, Miftahul Rizky, Nana Gita Amelia, Rahma Tika Mufida, Ricky Arista Kurniawan

9. Kontributor

Ari Widodo, Slamet Priyatin, Ika Fitriana, Daspriani Y. Zamzami, Markus Makur, Achmad Faizal, Taufiqurrahman, Ahmad Faisol, Moh. Agus Fauzul Hakim, Junaedi, Abdul Haq Yahya Maulana T., Rahmat Rahman Patty, Hendra Cipto, Sigiranus Marutho Bere, Suddin Syamsuddin, Erna Dwi Lidiawati, Kiki Andi Pati, Dani Julius, Irwan Nugraha, Yustinus Wijaya Kusuma, T. Umar, Firmasnyah, Hendrik Yanto Halawa, Sukoco, Ari Hi-mawan Saron, Karnia Septia Kusumaningrum, Muhammad Syahri Rom-dhon, Mansur, Mei Leandha Rosyanti, Yamin Abdul Hasan, Dendi Ram-dhani, Masriadi, Amriza Nursatria Hutagalung, Slamet Widodo, Rosyid A. Azhar, Iwan Bahagia S.P.,