

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kompas.id dibentuk sebagai perpanjangan dari Harian Kompas. Ia dibentuk bukan untuk mematikan media cetaknya, namun melengkapi jurnalisme Harian Kompas melalui keunggulan-keunggulan yang ditawarkan media baru. Kehadiran Kompas.id tentunya bukan sesuatu yang terjadi secara tiba-tiba. Ia merupakan sebuah evolusi dari produk-produk digital Kompas sebelumnya, yaitu Kompas.com dan *print.kompas.com*. Diversifikasi produk dan penerapan *paywall* dalam Kompas.id merupakan sebuah upaya dari Kompas untuk menghadapi ketidakpastian di pasar cetaknya.

Sebagai salah satu *legacy* media di Indonesia, Kompas memiliki reputasi jurnalisme yang telah mereka jaga selama puluhan tahun. Kualitas jurnalisme inilah yang berusaha dijaga oleh Kompas ketika memperpanjang produknya ke dalam platform digital. Hal ini pula lah yang mendorong Kompas untuk tidak memisahkan *newsroom* antara Harian Kompas dan Kompas.id. Justru Kompas menggunakan sumber daya dari media cetaknya untuk membangun Kompas.id. Padahal, dibutuhkan pengetahuan dan penerapan yang berbeda dalam mengelola media cetak dengan media digital. Konsekuensinya, dilakukan transformasi di dalam ruang redaksi Harian Kompas agar dapat mencapai potensi yang maksimal dalam memproduksi dua produk media yang berbeda.

Pada unsur *planning*, Kompas.id lahir atas urgensi Kompas untuk mempertahankan medianya di tengah stagnansi yang dihadapi oleh media cetaknya. Selain dimanfaatkan untuk menjaring pembaca baru, Kompas.id hadir atas dorongan pembaca Harian Kompas yang menginginkan konten jurnalisme Kompas pada platform cetak. Komitmen ini yang berusaha dijaga oleh Kompas sehingga tampilan serta pendekatan artikel di Kompas.id dibentuk dalam satu ruh dengan media cetaknya. Oleh karena itu, konten di Kompas.id dirancang tidak mengikuti portal berita daring pada umumnya yang mendewakan kecepatan dan abai akan ketepatan berita. Justru kehadiran Kompas.id

kemudian dimanfaatkan Kompas untuk mengeksplorasi ragam kontennya, yang sebelumnya tidak bisa diterapkan pada media cetaknya, dengan memberikan laporan yang lebih utuh dan komprehensif melalui pendekatan-pendekatan multimedia disertai data-data dari Litbang Kompas.

Pada unsur pengorganisasian, keputusan untuk mendiversifikasi produknya namun tetap dalam satu sumber produksi yang sama berimplikasi pada struktur serta sumber daya di redaksi Kompas. Pembentukan Kompas.id mulanya sempat mendapatkan tantangan dari internal Kompas. Masalahnya, keberadaan Kompas.id dianggap menambah *load* kerja para reporternya. Para wartawan yang semula hanya bertugas mencari fakta lapangan dan menulis, harus menambah *skill* pada aspek multimedia dan dituntut untuk makin jeli dalam mengumpulkan, memproses, serta menganalisa data. Selain itu, perpanjangan ke digital membuat Kompas harus memperbaiki infrastrukturnya untuk mengejar ketertinggalannya di platform digital. Kompas kemudian membangun sistem manajemen konten bernama Silo untuk membantu pengelolaan Kompas.id. Selain itu, untuk mengejar *gap* antara SDM-nya dengan teknologi, Kompas melakukan pendekatan dengan memberikan pelatihan-pelatihan terkait *online journalism* pada reporternya, serta pelatihan *digital marketing communication* pada divisi bisnis untuk menambah kompetensi pekerjaanya.

Transformasi digital membutuhkan sumber daya yang lebih besar, terutama pada sumber daya yang berhubungan dengan pengelolaan teknologi. Kehadiran Kompas.id memunculkan beberapa profesi-profesi baru dalam organisasi Kompas. Pada redaksi, muncul dua desk baru yang berfungsi mengelola konten-konten Kompas.id, yaitu desk digital harian dan desk digital mingguan. Namun, karena masih terbatasnya sumber daya untuk mengelola Kompas.id sehingga pengembangan konten di dua desk digital tersebut masih sangat terbatas. Hadir pula divisi-divisi baru yang menunjang Kompas.id, seperti divisi media sosial, divisi desain, divisi *visual digital*, divisi *marketing communication* untuk mengimbangi bisnisnya, serta *customer service*. Meski membutuhkan sumber daya yang lebih besar, Kompas sangat berhati-hati dalam

menambah sumber dayanya supaya efisiensi di ruang redaksinya dapat terjaga. Konsekuensinya, tercipta rangkap jabatan dalam struktur organisasi Kompas.

Berubahnya struktur dalam redaksi Kompas juga berdampak pada unsur pelaksanaan dalam redaksi. Ada pergeseran mengenai makna *deadline* dalam mengunggah berita-berita di Kompas.id. Para reporter dituntut untuk menjadi sedikit lebih cepat dalam melaporkan berita. Sistem kerja yang *mobile* membantu para reporter untuk dapat langsung melaporkan temuannya di lapangan kepada editor dan ditulis pada CMS agar dapat langsung dialirkan melalui Kompas.id. Melalui desk digital harian dan desk digital mingguan yang juga dibantu oleh divisi Litbang, Kompas juga mengembangkan konten-konten yang khusus dirancang untuk Kompas.id, yaitu Rubrik Tutar Visual, Rubrik Di Balik Berita, Reportase Langsung, dan Riset. Kelahiran Kompas.id juga dibarengi oleh keberadaan divisi Media Sosial yang membantu redaksi untuk mengembangkan konten-konten di Kompas.id sehingga lebih relevan dengan pembacanya.

Tahap keempat adalah tahap pengawasan. Peneliti melihat bahwa tahap pengawasan dalam ruang redaksi Kompas tidak jauh berbeda dengan organisasi media pada umumnya. Fungsi pengawasan dipegang secara kuat melalui rapat-rapat redaksi yang dilakukan setiap hari. Namun, Kompas masih belum dapat menjalankan fungsi ini secara maksimal pada Kompas.id karena terbatasnya sumber daya untuk sunting dan penyelarasan bahasa. Kompas juga secara rutin melakukan evaluasi keseluruhan setiap enam bulan sekali melalui Rancangan Kerja Individu (RKI) milik karyawannya. Selain itu, Kompas juga memiliki evaluator eksternal yang disebut sebagai Ombudsman Kompas. Mereka bertugas mengevaluasi konten Harian Kompas agar netralitas dan keberimbangannya terjaga.

## **B. Saran**

Sejak awal dibentuk, Kompas.id memang dirancang sebagai ekstensa dari Harian Kompas. Ia dihadirkan bukan untuk membunuh media cetaknya, melainkan melengkapi keterbatasan yang dimiliki Harian Kompas. Peneliti melihat, Kompas

merupakan contoh perusahaan media yang memiliki inisiatif membenahi organ-organnya dalam upaya mengejar ketertinggalan pada era digital. Peneliti juga melihat ada banyak potensi untuk Kompas.id terus mengembangkan konten dan fiturnya.

Kehadiran Kompas.id dan penerapan *paywall* di dalamnya bisa menjadi contoh bagi bagi industri media di Indonesia, terutama pada industri media cetak menghadapi ancaman stagnansi oplah di masa mendatang. Sistem *paywall* membuka peluang bagi media cetak untuk mendapatkan arus pendapatan baru di platform digital. Sistem *paywall* juga bisa mendorong perusahaan media untuk terus berkembang dan konsisten menyajikan konten informasi yang berbobot pada platform digitalnya karena dengan diterapkannya *paid subscriber*, maka tanggung jawab media terletak langsung kepada pembaca. Bukan lagi bergantung pada *traffic* dan *clickbait* untuk menarik pengiklan. Hal ini sekaligus bisa menjadi edukasi bagi pembaca jika media membutuhkan dukungan pembacanya untuk memproduksi konten-konten yang berkualitas.

Peneliti mengakui bahwa masih ada banyak kekurangan dalam penelitian ini, baik dalam proses maupun hasil penelitian ini sendiri. Singkatnya waktu observasi dan keterbatasan ruang gerak peneliti dalam redaksi Harian Kompas memungkinkan ada banyak hal yang terlewatkan dari pengamatan peneliti. Peneliti melihat dalam jenis penelitian seperti ini, data yang didapatkan akan jauh lebih komprehensif apabila peneliti terlibat secara langsung dalam kegiatan redaksi, minimal sebagai awak magang. Selain itu, Kompas.id adalah platform yang terus berkembang sehingga sangat memungkinkan akan ada perbedaan kondisi Kompas.id saat ini dengan masa yang akan datang.

Memasuki tahap akhir penelitian ini, peneliti melihat bahwa ada potensi untuk mengembangkan penelitian ini dalam lingkup penelitian yang lain, misalnya dalam memahami *trend* sistem *paywall* di Indonesia atau penelitian yang lebih mendalam mengenai proses manajemen media khusus di Kompas.id karena Kompas.id merupakan media yang hingga saat ini masih terus mengembangkan produknya, baik dari konten, tampilan maupun fiturnya.