



Jurnal Ilmu Komunikasi  
**ULTIMACOMM**

Vol 9, No. 2

ISSN: 2085 - 4609 (Print) Journal homepage: <http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM>



## Menjangkau Pembaca Digital Sebuah Studi pada Kompas.id

Dr. Ninok Leksono, Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom

To cite this article:

Leksono, Ninok & Elmada, Maria Advenita Gita (2017). Menjangkau Pembaca Digital: Sebuah Studi pada -Kompas.ID. Jurnal Ultima Comm, 9(2), 1-14



Submit your article to this journal [↗](#)

Published in Partnership with



Full Terms & Conditions of access and use can be found at  
<http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/about>

## Menjangkau Pembaca Digital Sebuah Studi pada Kompas.id

Dr. Ninok Leksono dan Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom

Universitas Multimedia Nusantara

Email: [ninok@hotmail.com](mailto:ninok@hotmail.com), [maria.advenita@umn.ac.id](mailto:maria.advenita@umn.ac.id)

### Abstrak

Industri media cetak mengalami banyak perubahan, kalau tidak mau dibalang penurunan, terutama karena hadirnya internet. Media cetak dituntut untuk melakukan inovasi dan pembaruan guna menjamin keberlanjutan industrinya. Hal ini juga dilakukan oleh *Harian Kompas* dengan melakukan digitalisasi korannya melalui Kompas.id. Tulisan ini mencoba menggambarkan bagaimana *Harian Kompas*, melalui *Kompas.id*, berusaha menjawab tantangan di era digital. Hasilnya, *Kompas.id* menjawab beberapa permasalahan era digital, seperti misalnya keterjangkauan. Kualitas informasi yang menjadi ciri khas *Harian Kompas* pun masih dirasa menjadi kekuatan yang juga akan diterapkan dalam bentuk digitalnya. Meski begitu, *Harian Kompas* masih perlu memutakhirkan model bisnisnya, serta melakukan pembaruan lainnya agar mampu bertahan di era digital seperti sekarang ini.

*Kata kunci: koran, digital, digitalisasi media cetak*

### Abstract

Print media have been going through many changes, needless to say declining, mainly because the presence of internet. These changes force the media to keep on innovating in ensuring the sustainability of the industry. This article describes the way Kompas Daily – one of Indonesian biggest newspapers – digitalize the media through Kompas.id. The result shows that Kompas.id adapts to the digital era by improving its accessibility. In this new digital format, Kompas maintain its news quality. However, Kompas still needs to enhance its business model and other improvements to maintain its position in the digital era.

Keywords: newspaper, digital, print digitalization

## Latar Belakang

Kehadiran internet membawa perubahan besar dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam dunia koran. Sulit bagi koran saat ini untuk mempertahankan keuntungan dan pembacanya. Padahal, sudah puluhan tahun industri koran membangun bisnisnya, menawarkan berita kepada pembaca, serta memberikan ruang bagi para pengiklan. Namun, beberapa tahun belakangan ini, pelanggan koran semakin sedikit, pendapatan iklannya pun menurun (Ihlström & Kalling dalam Suijkerbuijk, 2014).

Di banyak negara, saat ini koran beroperasi dengan kondisi naiknya biaya, turunnya pendapatan, semakin ketatnya kompetisi untuk mendapatkan perhatian pembaca, serta dikejar untuk mengembangkan platform digital untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi (Küng dalam Suijkerbuijk, 2014).

Di Inggris, sirkulasi koran sebenarnya sudah turun sejak 1950-an karena harus berhadapan dengan media baru saat itu yakni televisi. Keadaan turunnya sirkulasi koran tersebut terus terjadi hingga saat ini, bahkan semakin cepat ketika platform berita daring mulai berkembang. Seperti bagian negara barat lainnya, koran di Skotlandia pun mengalami penurunan sirkulasi, terutama di dekade pertama abad ini (Dekavalla, 2015).

Hal serupa pun terjadi di Indonesia. Saat ini, redupnya industri media cetak di Indonesia sudah bukan sesuatu yang mengejutkan lagi. Selama beberapa tahun terakhir, tidak sedikit media cetak yang berhenti beroperasi, baik tutup secara keseluruhan, maupun yang bertransformasi menjadi media digital. Sebut saja harian *Sinar Harapan* yang berhenti terbit sejak 1 Januari 2016 lalu. Ada juga harian berbahasa Inggris, *Jakarta Globe*, milik Berita Satu Holding, yang menghentikan penerbitan koran cetaknya di September 2015 dan beralih ke bentuk digital.

Data dari Serikat Perusahaan Pers (SPS) menyebutkan bahwa di tahun 2013, tiras koran dan majalah turun. Jumlah perusahaan media cetak juga ikut merosot (Media Directory 2013/2014). Dikutip oleh *merdeka.com* (2017), laporan Dewan Pers menyebutkan bahwa dalam 15 tahun terakhir terdapat 1300 media cetak yang berhenti beroperasi. Ketua SPS Ahmad Djauhar juga memrediksi bahwa penutupan media cetak terutama koran akan terus terjadi, karena penurunan pemasukan utama koran, yakni iklan sudah mencapai 40 persen pada pertengahan 2017 lalu.

Data lain dari SPS yang disampaikan oleh tirta.id (2017), menyebutkan bahwa di Indonesia, oplah koran menunjukkan tren naik pada 2008-2014, meskipun jumlah medianya naik turun. Akan tetapi, di tahun berikutnya, kenaikan berhenti. Oplah koran mulai turun di 2015.

Desember 2015 lalu, salah satu wartawan senior *Harian Kompas*, Bre Redana, menulis sebuah catatan yang diterbitkan di *Harian Kompas*, berjudul "Inikah Senjakala Kami". Perdebatan tentang media digital yang menggerus media cetak memang terus memanas, terutama setelah tulisan tersebut terbit.

Kecemasan yang disampaikan media massa, diakui juga oleh jurnalis *Tempo*, Wahyu Dhyatmika yang disampaikan lewat tulisannya. Meski begitu, menurut Wahyu banyak juga kelebihan media digital yang bisa membawa keuntungan bagi jurnalisme, seperti laporan yang bisa lebih komprehensif, menampilkan realitas secara utuh, kemampuan mengumpulkan big data, serta adanya kesempatan interaksi langsung dengan pembacanya (Dhyatmika, 2016).

Menjadi sebuah keniscayaan bagi media cetak untuk juga ikut bermain di dunia digital, mengingat kini semakin banyak orang yang sudah beralih ke media-media digital. Data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 menyebutkan bahwa saat ini sudah lebih dari setengah penduduk Indonesia yang terhubung ke internet.

Selain itu, penelitian tahun 2010 yang dilakukan oleh Yanuar Nugroho menunjukkan bahwa masyarakat menggunakan internet paling banyak adalah untuk mencari dan memeriksa informasi (Kuskridho Ambardi et. Al, 2014).

Ketika semakin banyak konsumen media yang pindah ke platform digital berbasis internet, tentu saja perusahaan media pun harus mengikuti hal tersebut. Perusahaan media, harus mengembangkan dirinya, serta siap untuk bergerak ke platform digital (Villi & Hayashi, 2015).

Seiring juga dengan turunnya sirkulasi koran di pasar, secara ekstrem, ada derajat tak terbantahkan dalam kepercayaan bahwa koran harus juga mulai melupakan platform cetaknya dan meredefinisikan diri sebagai entitas daring (O'Sullivan dan Heinonen dalam Villi dan Hayashi, 2015).

Meski begitu, mengambil contoh di industri koran negeri lain seperti Skotlandia, mereka masih optimis akan masa depannya. Hal yang ditawarkan lewat model daring dan langganan dalam gawai, naiknya popularitas tablet sebagai alternatif media cetak, dan sejarah ketahanan dan ketangguhan media cetak memberi harapan pada keberlangsungan koran di negara tersebut (Dekavalla, 2015).

## Rumusan Masalah

Salah satu koran di Indonesia yang ikut terkena dampak seperti yang telah dijabarkan sebelumnya adalah Harian Kompas. Koran yang terbit sejak 28 Juni 1965 tersebut pun menjadi bagian dari pahitnya kenyataan turunnya tren media cetak. Koran nasional terbesar ini pun turut mengalami penurunan oplah, terutama sejak berkembangnya media berbasis elektronik.

Meski begitu, Kompas tetap melakukan usaha untuk mengikuti perkembangan zaman. Pada 2009, mereka meluncurkan sistem baru mengakses berita utama, yakni melalui *augmented reality*. Hal tersebut membangun hubungan antara berita utama di media cetak dan database digital. Pembaca bisa memperluas informasi yang didapatnya dari koran biasa, dengan cara melakukan pemindaian kode tertentu lewat kamera di gawainya, yang akan membuka tautan di laman internet yang berisi informasi tambahan (Habibi, 2010).

Di tahun yang sama, *Harian Kompas* juga meluncurkan bentuk digital dari korannya (*e-paper*), yang saat itu berada di laman [print.kompas.com](http://print.kompas.com). Tidak berhenti di situ, di tahun 2017 lalu, *Harian Kompas* meluncurkan portalnya sendiri, yani [Kompas.id](http://Kompas.id), guna menjawab tantangan di era digital.

Lewat tulisan ini, penulis menggambarkan bagaimana *Harian Kompas*, melalui [Kompas.id](http://Kompas.id), berusaha menjawab tantangan di era digital. Penulis juga mencoba menggambarkan proses transisi digital yang saat ini sedang berlangsung di tubuh *Harian Kompas*.

## Kerangka Konsep

Berbicara tentang transisi digital tidak lepas dari sebuah proses yang disebut disrupsi digital. Istilah disrupsi tersebut pertama kali diperkenalkan oleh Profesor Clayton M. Christensen dari Universitas Harvard, lewat

bukunya *The Innovator's Dilemma: When Technologies Cause Great Firms to Fail* yang terbit pertama kali pada 1997.

Disrupsi merupakan gangguan yang membuat industri tidak berjalan seperti biasa karena ada kompetitor baru, atau penemuan teknologi baru, yang mengakibatkan mereka yang merupakan pemain lama harus memikirkan ulang strategi untuk menghadapi era baru tersebut (Haryanto, 2017).

Christensen dalam Haryanto (2017), mengatakan bahwa ada pola yang terus menerus berulang, di mana pemain baru dalam sebuah industri memulai langkahnya dengan mudah dan murah. Mereka biasa dipandang sebelah mata di awal oleh pemain lama, tetapi berkembang secara perlahan karena terus memperbaiki diri sehingga menjadi pemain utama.

Dalam kasus media, menurut Haryanto, yang bisa menjadi contoh misalnya *BuzzFeed* dan *The Huffington Post* yang awalnya hanyalah *news aggregator* tapi lama kelamaan menghasilkan kontennya sendiri dan semakin mendapat perhatian para pembaca media. Hal tersebut tidak diantisipasi oleh pemain lama industri media yang tidak ikut berubah dan secara perlahan ditinggalkan pembacanya.

Faktanya, inovasi disruptif telah mengombang-ambing industri berita sejak puluhan tahun lalu, mulai dari berita berjaringan, berita kabel, dan sekarang berita web. Namun, makin ke sini, pengaruhnya semakin terlihat.

Kompetisi yang disruptif menghajar industri koran, paling terlihat dari turunnya pendapatan iklan terklasifikasi, yang dulunya mendatangkan keuntungan luar biasa, nyaris eksklusif bagi koran (Sterling, 2008).

Meskipun begitu, koran sebagai media komunikasi massa paling tua tidak pernah menjadi kuno sepanjang 400 tahun sejarah. Koran justru menunjukkan bahwa dirinya sangat fleksibel dan mampu beradaptasi selama berabad-abad (Bucher, Buffel, Wollscheid, 2005).

Koran memiliki kekuatan yang terletak pada kualitas beritanya. Berdasarkan teori Ronald Coase, kebutuhan akan berita, baik yang dibaca, ditonton, maupun didengarkan, adalah kebutuhan untuk mendapatkan informasi. Kualitas informasi dalam berita dinilai dari akurasinya. Ketika akurasi suatu berita lebih tinggi, maka pembaca akan semakin menghargai sumber

informasinya (dalam Suijkerbuijk, 2014). Inilah yang menjadi alasan koran tetap relevan dengan kebutuhan manusia, bahkan hingga saat ini.

Perkembangan teknologi akhirnya memunculkan bentuk baru dari koran, yakni koran elektronik, yang memberikan kemungkinan untuk menyediakan lebih banyak konten, dalam jangka waktu yang lebih singkat. Namun, memang diakui bahwa sulit untuk mentransformasi model bisnis dari koran tradisional ke dalam bentuk digital. Bahkan industri koran bisa dibilang tidak sukses dalam melakukan hal tersebut (Ihlström & Kalling dalam Suijkerbuijk, 2014).

## Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Menurut Neuman (2014), penelitian deskriptif akan menghasilkan gambaran dari detail spesifik dari sebuah situasi, keadaan sosial, atau hubungan. Dalam penelitian ini, penulis berusaha mendapatkan deskripsi tentang alasan di balik lahirnya *Kompas.id*, arah serta tujuan *Kompas.id*, serta apa yang sedang dilakukan *Kompas.id* yang merupakan bentuk transisi digital dari *Harian Kompas*.

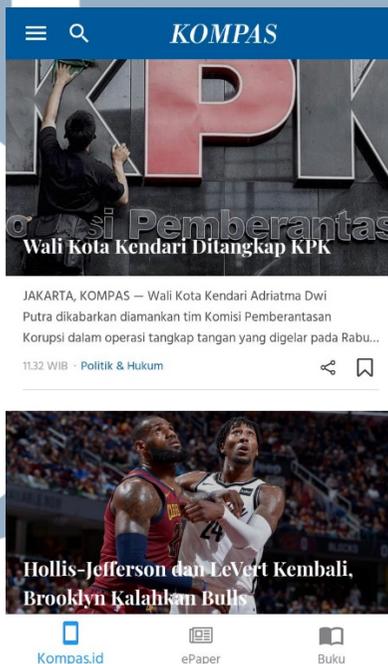
Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara. Peneliti mewawancarai Wakil Redaktur Pelaksana *Harian Kompas*, yang juga merupakan Direktur dari *Kompas.id*, Sutta Dharmasaputra, guna menggali informasi terkait transisi digital *Harian Kompas*, serta *Kompas.id* yang merupakan bagian dari proses tersebut.

## Sekilas Tentang *Kompas.id*

*Kompas.id* diluncurkan pada 2017 lalu dalam bentuk laman berita. Menyusul di akhir tahun yang sama, aplikasi berbasis Android dan Apple hadir di PlayStore dan AppStore, sebagai platform untuk mengakses *Kompas.id*. Berikut sekilas tentang *Kompas.id* yang dikutip penulis dari laman Tanya Jawab di *Kompas.id*.



Gambar 1. Tampilan Awal Laman Kompas.id



Gambar 2. Tampilan Awal Aplikasi Android Kompas.id

Kompas.id merupakan sebuah laman berita yang menyajikan informasi, dipadukan dengan layanan belanja daring di bawah naungan PT Kompas

Media Nusantara. Kontennya merupakan berita khas Harian Kompas yang terbit setiap hari. Selain itu, ada juga informasi terkait perusahaan, hingga gerai untuk membeli buku dan cendera mata Harian Kompas.

*Kompas.id* berbeda dengan *Kompas.com*, yang pertama adalah dari pengelolaannya. *Kompas.com* dikelola oleh PT Kompas Cyber Media. Selain itu, berita *Kompas.id* merupakan apa yang ada di *Harian Kompas* setiap harinya, hanya berbeda bentuk, yakni dalam bentuk digital.

Jika berlangganan *Kompas.id* dengan paket dasar, pembaca akan memiliki akses untuk *Koran elektronik (Epaper)*, *Sekilas*, *Siaran Langsung*, *Tutor Visual*, *Suara Kompas*, *Editor's Choice*, *Datagrafik*, dan *Fotostory*. Sedangkan tambahan seperti *Topik Hari Ini*, *Reportase Langsung*, *Di Balik Berita*, serta *Riset* yang mencakup *Opini Publik*, *Populer*, *Indikator*, *Pantau Media*, dan *Telaah*, akan didapat jika pembaca melanggan paket lengkap.

## Temuan dan Diskusi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dharmasaputra, ditemukan beberapa hal terkait dengan hadirnya *Kompas.id*. Berikut hasil temuannya.

Dharmasaputra, Wakil Redaktur Pelaksana *Harian Kompas*, sekaligus Direktur dari *Kompas.id* mengatakan bahwa *Kompas.id* memang didesain untuk menjadi satu ekosistem dengan korannya.

"Jadi digital ini memang disiapkan untuk menopang koran, satu jiwa dengan korannya, satu misi dalam konteks, satu model dalam bisnisnya." (Sutta Dharmasaputra, 2017)

*Kompas.id* memang hadir di tengah turunnya tren media cetak yang semakin marak terjadi, terutama setelah internet hadir dan memunculkan bentuk-bentuk media baru.

Meski begitu, Dharmasaputra berpendapat, turunnya tren media cetak tidak terjadi karena jurnalismenya yang 'ketinggalan'. Pada kasus *Harian Kompas*, menurut Dharmasaputra, ada hal yang diidentifikasi menjadi penyebab turunnya jumlah pembaca mereka.

Hal utama adalah masalah keterjangkauan, tidak mudah saat ini jika pembaca ingin membeli atau berlangganan *Harian Kompas*. Menurut Dharmasaputra, selama ini banyak orang yang merasa kesulitan untuk berlangganan *Harian*

*Kompas*, karena harus mencari agen terlebih dulu, meskipun untuk eceran banyak bisa didapatkan di toko-toko tertentu. Melalui *Kompas.id*, menurut Sutta, orang bisa memilih untuk berlangganan *Harian Kompas*, baik dalam bentuk cetak maupun digital.

Dari sisi yang berbeda, keterjangkauan juga bisa dilihat dari panjangnya proses yang harus dilalui *Harian Kompas* untuk bisa sampai kepada pembacanya, terutama pembaca yang jauh dari kota besar.

*Kompas.id*, menurut Dharmasaputra menjadi jawaban hal tersebut. Dengan koneksi internet, pembaca *Harian Kompas* yang membutuhkan informasi secara cepat dapat mengaksesnya lewat *Kompas.id*.

Meski begitu, turunnya tren media cetak bukan berarti tidak ada lagi orang yang membaca media cetak. Yang terjadi pada kebanyakan media cetak yang akhirnya harus tutup, menurut Dharmasaputra, adalah industri yang sudah tidak lagi bisa menopang keberlangsungan hidup mediana.

“Koran itu mati bukan karena yang bacanya nggak ada, bisnisnya lebih dulu mati. ... Banyak pemenang-pemenang Pulitzer yang korannya tutup juga. Kontennya oke, kontennya bagus, tapi industrinya mati karena dia bleeding terus. Pembacanya masih ada tapi dia tutup karena industrinya sudah tidak bisa menjawab revenuennya, iklannya turun, pembacanya sih mungkin masih setia.” (Sutta Dharmasaputra, 2017)

Peluang lain yang juga dilihat oleh *Harian Kompas* adalah hasil riset mereka yang mengatakan bahwa orang sudah mulai jenuh dengan banyaknya berita, dengan kondisi banjir informasi seperti sekarang ini.

Menurut Dharmasaputra, di Indonesia banyak orang yang jenuh dengan banyak berita, mereka membutuhkan konten yang serius tetapi juga bermanfaat. Orang-orang itu tidak memiliki masalah ketika harus membayar untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.

Hal-hal di ataslah yang kemudian dicoba dijawab oleh *Harian Kompas* lewat lahirnya *Kompas.id*, yang berusaha mengatasi masalah keterjangkauan serta masalah industri media yang memang dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Menurut Dharmasaputra, akan ada tiga hal yang akan mengisi *Kompas.id*. *Agenda setting* yang ada di koran akan diteruskan dalam digitalnya. Hal ini untuk

menjaga supaya keinginan untuk menjadikan *Kompas.id* sebagai perpanjangan digital dari koran terlaksana. Selain itu ada juga berita hangat, untuk memutakhirkan informasi pembaca, serta yang terakhir membahas hal yang sedang populer di sosial media dengan gaya jurnalistik Kompas.

“Untuk yang sosial media, nampaknya hanya akan ada di digitalnya, tidak kita paksakan semua di koran karena banyak pembaca koran kita itu *die hard*, masih 60% mungkin yang *die hard*. Dia tidak membaca *social media* dan beranggapan bahwa hal tersebut tidak penting. Dia merasa bukan orang yang mudah terpapar dengan konten-konten itu. Tapi kalau yang sudah *digital savvy*, pasti dengan cepat dia terpapar dengan konten-konten itu, maka kita berkewajiban juga mengulas sesuatu yang memang *trending* di media sosial tapi secara jurnalistik.” (Sutta Dharmasaputra, 2017)

Meskipun masuk ke dunia digital, Dharmasaputra mengatakan, *Kompas* tetap mengembangkan jurnalisme yang komprehensif. *Kompas* memang tidak memiliki tradisi investigasi, tapi menurut Dharmasaputra, mereka menyebutnya dengan liputan yang mendalam dan ketika digabungkan dengan jurnalisme data maka akan menjadi jurnalisme presisi. *Harian Kompas* dan *Kompas.id* juga dibantu oleh bagian Penelitian dan Pengembangan dalam hal ini. Menurut Dharmasaputra, jurnalisme presisi itulah yang menjadi fokus mereka ke depannya.

Dharmasaputra juga menambahkan, *Kompas.id* berusaha membedakan diri dengan *Kompas.com*, dengan tidak bermain adu cepat. Menurut Dharmasaputra, cepat sudah menjadi bagian dari *Kompas.com*, sedangkan untuk *Kompas.id*, mereka fokus pada kedalaman isi berita.

Meskipun begitu, kecepatan dalam memproduksi berita tetap harus ditingkatkan mengingat mereka sudah masuk ke dalam ranah digital. Namun, kelengkapan menjadi hal utama yang dituju oleh *Kompas.id*. Menurut Dharmasaputra, ketika harus memilih antara lengkap atau cepat, mereka akan mengutamakan kelengkapan. Meski begitu, mereka tetap mengutamakan kedua hal tersebut, dan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai keduanya.

*Kompas.id* yang kini tidak hanya berisi tulisan, tapi juga dilengkapi dengan foto dan video, serta saat ini memiliki *videographer* yang sebelumnya tidak pernah dimiliki oleh *Harian Kompas*, juga sempat menimbulkan pertanyaan apakah nantinya akan mengambil lahan dari dua 'saudaranya', yakni

*Kompas TV*. Dharmasaputra berpandangan bahwa *Kompas.id* ada di ranah yang berbeda dengan mereka. Menurut Dharmasaputra, tidak semua video bisa diproduksi untuk televisi. *Kompas.id* mengambil celah itu, mereka akan memproduksi video yang tidak bisa diproduksi untuk TV.

Banyak hal yang diakui Sutta harus berubah ketika *Harian Kompas* mencoba masuk ke dalam bentuk digital, *Kompas.id*, dan hal tersebut tidaklah mudah.

“Begitu kita membuat *Kompas.id* kita menyadari di digital, *newsroom*-nya itu berbeda, 24 jam, 365 hari. Itu jauh sekali dengan *newsroom* koran. Itu akan merubah kultur yang tadinya ada *deadline*, sekarang tidak ada *deadline*. Itu tidak gampang. Terjadi perubahan kultur dan organisasi, termasuk juga cara kerja.” (Sutta Dharmasaputra, 2017)

Hal ini senada dengan apa yang sudah dibahas sebelumnya terkait disrupsi. Haryanto (2017) mengatakan disrupsi membuat industri tidak berjalan seperti biasa, pemain lama harus memikirkan ulang strategi untuk menghadapi era baru ini. Mereka harus mau dan mampu mengubah kultur dan organisasi, termasuk di dalamnya cara kerja mereka, yang menurut Dharmasaputra memang tidak mudah.

Selain itu, dengan bergerak di dunia digital, sumber daya manusianya pun harus diperbanyak, baik jumlah maupun kemampuannya. Sumber daya manusia yang ada saat ini diakui Dharmasaputra memang belum ideal, *developer* yang dimiliki pun masih sedikit. Dharmasaputra juga mengakui, masih banyak kekurangan dalam website *Kompas.id*, seperti misalnya di bagian *payment gateway*.

Ketika ditanya terkait sudah mampukah *Kompas.id* membantu *Harian Kompas* secara keseluruhan dari segi bisnis, Sutta mengatakan kalau bisnis media digital memang belum sebesar bisnis media cetaknya.

“Koran masih jauh lebih besar, masih raksasa dari sisi bisnis. ... Namun, belajar dari *New York Times*, mudah-mudahan model *paywall* itu, kalau sukses, bisa menopang, bahkan menggantikan bisnis koran.” (Sutta Dharmasaputra, 2017)

Model *paywall* juga menurut Dharmasaputra membawa konsekuensi lain yang menjadi pekerjaan rumah selanjutnya bagi *Harian Kompas*. Mereka harus mampu menyediakan konten yang berkualitas dalam jumlah yang besar.

*Paywall* kan harusnya seperti itu. Berkualitas tetapi sedikit mungkin orang juga malas bayar. Tetapi berkualitas dalam jumlah banyak, kemudian digunakan

teknologi yang tepat, sehingga dia bisa sampai ke orang-orang yang membutuhkan konten itu." (Sutta Dharmasaputra, 2017)

Meskipun baru diluncurkan awal tahun 2017 lalu, *Kompas.id* diakui Dharmasaputra cukup menjawab kebutuhan pembaca *Harian Kompas*, dilihat dari naiknya penjualan *Harian Kompas*, terutama karena ada sistem *bundling* dengan bentuk digitalnya. Kekuatan *Kompas.id* diklaim telah mencapai sepertiga dari kekuatan sirkulasi. Orang-orang saat ini membeli *Harian Kompas* cetak dari bentuk digitalnya, yakni *Kompas.id*. Banyak dari pelanggan yang melanggan *Harian Kompas* versi cetak dan digitalnya, karena memang disediakan paket seperti itu.

"Nah ini yang menggembirakan sebetulnya. *Readership* koran perlahan akan naik." (Sutta Dharmasaputra, 2017)

Menurut Dharmasaputra, kehadiran *Kompas.id* cukup menjawab beberapa masalah yang ditemukan sebelumnya, seperti masalah keterjangkauan dan ketersediaan konten berita yang berkualitas. Menurutnya banyak kekuatan platform digital yang bisa membantu koran, tinggal pekerjaan rumah *Harian Kompas* selanjutnya adalah membuat model yang tepat, baik dari segi konten maupun dari segi bisnisnya. Kembali lagi, menurut Ihlström & Kalling dalam Suijkerbuijk (2014), memang tidak mudah untuk mentransformasi koran yang tadinya cetak menjadi bentuk digital.

## Simpulan

Digitalisasi yang dilakukan oleh *Harian Kompas* melalui *Kompas.id* masih dalam proses, yang sejauh ini memiliki hasil yang cukup baik berdasarkan hasil penelitian. Meski begitu, digitalisasi membawa banyak perubahan mulai dari rutinitas kerja di redaksi *Harian Kompas* hingga ke model bisnisnya.

Berdasarkan hasil penelitian, kehadiran *Kompas.id* cukup menjadi jawaban dari permasalahan yang terjadi di *Harian Kompas* seperti masalah keterjangkauan dan kemudahan mendapatkan akses akan berita yang dimuat di koran tersebut.

Meskipun turut terkena imbas dari disrupsi teknologi, *Harian Kompas* memiliki kekuatan tersendiri yakni kredibilitas dan tingkat kepercayaannya yang tinggi di mata masyarakat. Kebutuhan akan informasi yang berkualitas menurut hasil penelitian menjadi salah satu alasan *Harian Kompas* bertahan. Kehadiran *Kompas.id* pun menambah kekuatan *Harian Kompas*

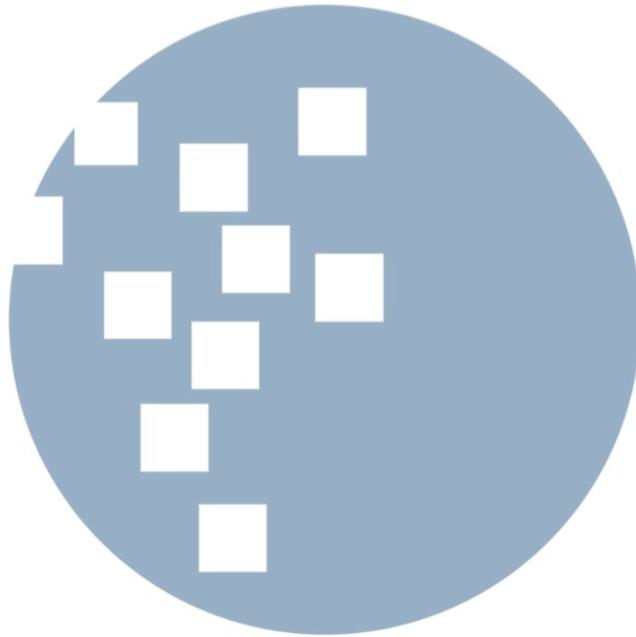
karena kini akses akan informasi yang menjadi kekuatan mereka pun jadi semakin mudah.

Model bisnis yang tepat masih menjadi pekerjaan utama yang harus terus dikembangkan oleh Harian Kompas, tercakup di dalamnya model bisnis *Kompas.id*, mengingat hingga saat ini belum ada model bisnis dari koran digital yang benar-benar berhasil mendatangkan keuntungan seperti koran cetak di masa jayanya.

## Daftar Pustaka

- Ambardi, K. et. al. (2014). *Mapping Digital Media: Indonesia, a report by the open society foundation*.
- Bucher, H. J., Büffel, S., & Wollscheid, J. (2005). *Digital newspaper as E-Paper. A hybrid medium between print and online newspaper*.
- Dekavalla, M. (2015). *The Scottish newspaper industry in the digital era. Media, Culture & Society*, 37(1), 107-114.
- Dhyatmika, W. (2016). *Senjakala Surat kabar dan Kebangkitan Jurnalisme Digital*. Diambil dari <https://indonesiana.tempo.co/read/57402/2016/01/03/wahyu.dhyatmika/senjakala-suratkabar-dan-kebangkitan-jurnalisme-digital>
- Habibi, Z. (2010). *Media Convergence and Newsroom Challenge*. Diambil dari [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45041738/2010\\_Zaki\\_Habibi\\_\\_Media\\_convergence\\_and\\_newsroom\\_challenge.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1519793385&Signature=%2B%2B5%2FTODTYkhTmwraVOiJc%2B5ee8%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DHabibi\\_Zaki.\\_2010\\_.Media\\_convergence\\_Ne.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45041738/2010_Zaki_Habibi__Media_convergence_and_newsroom_challenge.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1519793385&Signature=%2B%2B5%2FTODTYkhTmwraVOiJc%2B5ee8%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DHabibi_Zaki._2010_.Media_convergence_Ne.pdf)
- Haryanto, I. (2017). *Menghadapi Disrupsi Industri Media*. dimuat dalam Harian Kompas, 15 November 2017.
- Neuman, W.L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach*. Pearson.
- Sterling, J. (2008). *A plan for a US newspaper industry counterattack against disruptive innovators*. *Strategy & Leadership*, 36(1), 20-26.
- Suijkerbuijk, M. (2014). *Digitalization in the newspaper industry: a business model for the e-newspaper from a customer perspective* (Master's thesis, University of Twente).

Villi, M., & Hayashi, K. (2017). "The Mission is to Keep this Industry Intact"  
*Digital transition in the Japanese newspaper industry. Journalism Studies, 18(8), 960-977.*



UMMN