

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Sejarah UAJY

Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) adalah lembaga pendidikan tinggi swasta yang didirikan oleh kaum awam Katolik dan dikelola oleh Yayasan Slamet Rijadi – Yogyakarta, di bawah lindungan Santo Albertus Magnus. Universitas Atma Jaya Yogyakarta lahir pada tanggal 27 September 1965, dengan tujuan untuk ikut serta mencerdaskan kehidupan bangsa melalui pendidikan yang berdimensi serta berorientasi global.

Sejak 31 Agustus 1973 Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Cabang Yogyakarta melepaskan diri dari Universitas Katolik Indonesia Atmajaya di Jakarta, dan berdiri sendiri sebagai UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA. Nama Atma Jaya diambil dari Bahasa Sansekerta. Atma berarti jiwa, jaya berarti unggul; sehingga Atma Jaya berarti Jiwa yang Unggul. Cita-cita UAJY sejak semula adalah menyelenggarakan pendidikan tinggi dengan keunggulan pada pendidikan nilai-nilai moral yang tinggi.

Saat ini UAJY memiliki 6 fakultas dengan 11 program studi S-1 dan 5 program S-2, termasuk 4 program studi S-1 kelas internasional dengan jumlah mahasiswa ± 11.307 orang; serta didukung 7 Guru Besar, 25 Doktor, 222 Master, dan 29 Sarjana sebagai pengajar tetap. Di samping itu UAJY juga didukung oleh dosen luar biasa dari para ahli maupun praktisi menurut bidangnya, dari dalam maupun luar negeri.

Semua program studi S-1 telah terakreditasi, untuk program S-2, tiga program studi (Magister Manajemen, Magister Teknik Sipil, dan Magister Ilmu Hukum) telah terakreditasi, sedangkan Magister Teknik Informatika dan Magister Teknik Arsitektur sudah mendapatkan ijin operasional.

Tujuan UAJY adalah menumbuhkembangkan komunitas akademik secara cermat dan kritis dalam rangka membantu melindungi, meningkatkan harkat dan martabat manusia serta warisan budaya melalui pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat dan berbagai pelayanan lain yang diberikan kepada komunitas setempat, nasional, dan internasional dengan semangat pelayanan dalam cahaya kebenaran.

Dengan slogan *serviens in lumine veritatis* atau melayani dalam cahaya kebenaran, Universitas Atma Jaya Yogyakarta siap membantu mempersiapkan masa depan mahasiswanya. Unit Pendukung yang dimilikinya adalah Kantor Admisi dan Akademik, Kantor Humas, Sekretariat, dan Protokol, Kantor Kemahasiswaan, Alumni, dan Campus Ministry, Kantor Kerjasama dan Promosi, Kantor Pelatihan Bahasa dan Budaya, Kantor Pengembangan dan Peningkatan Mutu Akademik, Kantor Sistem Informasi, Kantor Sumber Daya Manusia, LPPM, Perpustakaan.

Visi UAJY adalah menjadi Komunitas Atma Jaya Yogyakarta yang berjiwa unggul, Inklusif, dan humanis, serta mampu memberi sumbangan pada kualitas kehidupan yang lebih baik melalui pelayanan dalam cahaya kebenaran. Misi UAJY adalah memberikan sumbangan pada peningkatan dan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, dan ketrampilan profesional yang bermanfaat bagi martabat manusia

melalui karya yang unggul dalam bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dengan semangat pelayanan dalam cahaya kebenaran

Tentang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta didirikan pada bulan Juli 1991 dengan surat Keputusan Mendikbud Republik Indonesia Nomor 082/0/1992 tentang status terdaftar bagi Jurusan Ilmu Komunikasi, disusul dengan Surat Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud nomor 266/DIKTI/Kep/1994 tentang status terdaftar bagi Jurusan Sosiologi pada tahun 1994.

Seiring dengan perubahan pesat di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, fakultas ini pun berkembang dengan senantiasa melakukan pemburuan baik dari sisi tujuan pendidikan, kurikulum, sumber daya manusia, dan fasilitas kependidikan termasuk status kelembagaannya. Penambahan dosen, pengiriman studi lanjut para dosen merupakan cara-cara untuk meningkatkan kualitas pengajar di FISIP UAJY. Evaluasi dan pembaharuan Kurikulum setiap lima tahun sekali merupakan usaha agar FISIP UAJY tetap mampu memberikan pendidikan yang relevan dengan kondisi zaman yang terus berkembang. Hal-hal tersebut juga didukung dengan penambahan ruang kelas dan pengembangan laboratorium-laboratoium yang sudah ada.

Visi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik adalah memiliki komitmen pada pengembangan ilmu dan pengetahuan dalam bidang sosial dan politik untuk mendidik manusia yang humanis dan demokratis.

Misi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik adalah menumbuhkan analisis kritis mahasiswa yang berlandaskan pada sikap demokratis yaitu

- menghargai perbedaan keterbukaan dan sikap kritis serta menghargai nilai-nilai dasar kemanusiaan

Sebagai sebuah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, FISIP UAJY bertujuan untuk melahirkan sarjana-sarjana, dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

- Memiliki kemampuan analitis kritis, melalui pengembangan kemampuan teoritik konseptual dan keluasan wawasan.
- Memiliki wawasan praktis yang kuat melalui pengembangan profesionalisme yang bersumber di dalam pemahaman kerangka teoritik konseptual tersebut.
- Memiliki kepedulian terhadap lingkungan sebagai pengungkapan idealisme komitmen moral, etika dan keberpihakan kepada yang lemah.

Prodi Ilmu Komunikasi UAJY didirikan pada tahun 1991 dengan Surat Keputusan Mendikbud Republik Indonesia Nomor 082/0/1992 tentang status terdaftar bagi Jurusan Ilmu Komunikasi.

Visi FISIP UAJY adalah sebagai Lembaga Pendidikan Tinggi yang mengkaji ilmu komunikasi bagi terwujudnya pilar dan tradisi masyarakat ilmiah-intelektual yang mengutamakan keseimbangan prinsip-prinsip sains, etik, praktik dan mengakar pada hakekat integritas manusia. Misinya adalah memfasilitasi terwujudnya aktivitas ilmiah-intelektual secara sinergis-dialektis dan kolaboratif bagi peningkatan

kompetensi sains dan praktik sivitas akademika ilmu komunikasi serta kualitas kehidupan manusia.

Hal-hal tersebut di atas diaplikasikan dalam mata kuliah, pengembangan sarana dan prasarana, peningkatan kualitas dosen, pengadaan unit kegiatan mahasiswa beserta fasilitasnya, kegiatan-kegiatan kemasyarakatan, dan kerjasama dengan industri-industri media dan institusi-institusi di Indoensia. Misalnya mata kuliah analisis sosial yang mengajarkan mahasiswa untuk peka, kritis melihat lingkungan sekitar dan melakukan tindakan nyata sebagai bentuk kepedulian. Pengiriman tugas belajar bagi para dosen, pengadaan workshop dan kuliah umum bekerjasama dengan perusahaan media, mengadakan kompetisi presenter, membuka posko bencana alam dan lain-lain.

Siklus pengajaran di FISIP UAJY adalah pengajar memberikan sistem penugasan mandiri kepada mahasiswa disusul dengan pelatihan atau pendampingan terhadap tenaga pengajar. Sedangkan metode orientasi belajarnya menekankan pendekatan andragogis sesuai dengan tujuan pendidikan yang dimiliki UAJY. Pendekatan ini menekankan kemandirian, pengalaman belajar yang cukup banyak, kesiapan belajar karena peranan sosial, hasil belajar yang segera diterapkan, dan orientasi belajar yang berbasis problem.

Berbeda dengan jurusan ilmu komunikasi di universitas lainnya, mahasiswa ilmu Komunikasi FISIP UAJY mempunyai pilihan konsentrasi studi mayor dan minor. Mayor berarti mahasiswa hanya memilih satu program studi saja, sedangkan mayor-minor menggabungkan konsentrasi studi, tergantung minat dan bakatnya. Ilmu

Komunikasi FISIP UAJY terbagi dalam empat konsentrasi studi yaitu *Public Relation (PR)* yang memiliki kompetensi kelulusan sebagai perancang *Program Corporate PR*, Komunikasi pemasaran dan periklanan berkompotensi sebagai perancang program IMC (*Integrated Mix Communication*). Kajian Media berkompotensi sebagai analis media, dan yang terakhir Jurnalisme berkompotensi sebagai jurnalis.

Untuk mendukung kegiatan perkuliahan, bangunan FISIP UAJY juga dilengkapi dengan area hotspot, laboratorium sosiologi, laboratorium audio visual, laboratorium computer, ruang referensi, dan lain-lain. Pada laboratorium Audio Visual memiliki studio serbaguna, editing video analog, editing video digital, editing audio, studio Atma Jaya Radio dan fotografi. Pengadaan sarana hotspot dan laboratorium computer mendukung mahasiswa dalam mengakses secara bebas dan gratis di kampus. Hal ini semakin mengakrabkan mahasiswa dengan komunikasi virtual.

Kegiatan perkuliahan formal bukan satu-satunya tempat belajar mahasiswa FISIP UAJY. Ada berbagai macam kelompok aktivitas berbasis program studi seperti Himpunan mahasiswa program Studi (HMPS) dengan kelompok profesinya Fiat TV, FJK (fotografi Jurnalistik Klub), Mrican Pos, Atma Jaya Radio, PR.Com, Fokuso, dan Bohlam.

Mahasiswa FISIP UAJY merupakan mahasiswa yang majemuk. Mereka berasal dari berbagai daerah di Indonesia mulai dari Pulau Jawa, Sumatra, Kalimantan, Irian Jaya, Bali, Lombok, Nusa Tenggara, dan bahkan ada beberapa mahasiswa yang berasal dari Timor Leste. Perbedaan ini juga diikuti dengan keanekaragaman bahasa, etnis, dan agama.

Letak UAJY yang cukup strategis memudahkan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya, selain dalam pergaulan mahasiswa UAJY tidak akan terkucil karena dengan mudah akan dapat berjumpa dengan rekan-rekan dari perguruan tinggi lain dengan berbagai macam latar belakang. Faktor inilah yang dapat menambah wawasan mahasiswa UAJY untuk siap bergelut dalam kehidupan masyarakat yang nyata.

A. Koran Kompas dan Kompas.com

Gambar 5
Logo Kompas



Sumber: www.Kompas.com

KOMPAS adalah nama surat kabar Indonesia yang berkantor pusat di Jakarta. Kompas adalah bagian dari Kelompok Kompas Gramedia. Kompas yang pertama terbit pada tanggal 28 Juni 1965 dibidani oleh beberapa orang muda. Mereka adalah Pk Ojong, Jakoeb Oetama, August Parengkuan, dan Indra Gunawan. Dari waktu ke waktu Koran ini terus berkembang pesat karena kepiawaian Jacob Oetama dan PK Ojong dalam memimpin sehingga menjadikan Kompas sebagai Koran terbesar, dengan oplah dan pemasukan iklan yang besar.

Kompas lahir pada saat revolusi belum selesai. Menjelang tahun 1965 situasi dan kondisi politik Indonesia memanas. PKI mengumandangkan perlunya angkatan kelima untuk melawan alat keamanan negara yang sah. Pada saat itu, tepatnya pada awal tahun 1965, Letjend Ahmad Yani (menteri Angkatan Darat 1964-1966)

mengusulkan kepada rekannya Dr. Frans Seda (Menteri perkebunan 1964-1966) untuk membuat koran yang melawan pers komunis “Harian Rakyat”.

Ide tersebut kemudian berkembang diantara kalangan partai Katholik. Ide tersebut dibicarakan dengan Mgr. Djojo, Uskup Agung Jakarta dan Mgr. Soegiopranoto. Sedangkan Frans Seda membicarakan dengan rekannya Ij. Kasimo dan kedua rekannya yang memimpin majalah Intisari yaitu PK Ojong dan Jacob Oetama. Keduanya kemudian menggarap ide tersebut dan menerbitkan koran dengan nama Bentara Rakyat.

Menjelang terbitnya Bentara Rakyat, Frans Seda menghadap Sukarno di Istana Merdeka untuk keperluan dinas. Sukarno yang mendengar Frans Seda akan menerbitkan Koran menyarankan nama KOMPAS dengan alasan sebagai penunjuk arah. Sifat KOMPAS diputuskan sebagai koran yang independen, kebijakan harian yang senantiasa berusaha menggali sumber berita sendiri, sebab sumber berita yang sudah ada diverpolitisir dan juga mengimbangi secara aktif pengaruh komunis dan kawan-kawannya dengan tetap berpegang teguh pada kebenaran, kecermatan, sesuai profesi dan moral pemberitaan itu sendiri.

Kompas mengemban moto Amanat Hati Nurani Rakyat yang merupakan hasil hasil pilihan dan renungan yang matang sebagai respon akan keprihatinan dan penghayatan akan nasib hati nurani rakyat yang saat itu tersumbat akibat dimanipulasi oleh PKI dan kawan-kawannya. Kompas lahir dengan maksud sebagai upaya pembebasan hati nurani rakyat dari belenggu tersebut.

Humanisme transedental merupakan jati diri, proses sekaligus tujuan yang menjiwai Kompas. Menurut Jakob Oetama humanisme berarti kemanusiaan. Kemanusiaan itu bukanlah kemanusiaan sosialis, komunis dan sekuler tetapi kemanusiaan yang dilengkapi dengan kepercayaan kepada Allah, kepercayaan kepada nilai-nilai yang menyempurnakan. Maka, Kompas hendaknya menyajikan nilai-nilai humanis kepada pembacanya. Kompas pernah dua kali dilarang terbit, kedua peristiwa itu merupakan larangan umum yaitu setelah peristiwa G 30 S PKI dan setelah demonstrasi mahasiswa pada akhir tahun 1977 dan awal tahun 1978.

Sebagai koran, mau tak mau Kompas menggunakan bahasa sebagai medium utama untuk menyampaikan nilai-nilai humanisme dalam pemberitaannya. Nilai-nilai tersebut takkan tersampaikan jika bahasa yang disampaikan kering, formal, abstrak, dan rasional. Humanisme tidak hanya menyangkut rasio dan otak tetapi seluruh jati diri manusia termasuk emosi, intuisi, dan perasaannya. Hanya bahasa yang hidup dan plastis mampu mengungkapkan keseluruhan jati diri manusia itu.

Visi Kompas adalah menjadi institusi yang menjadi pencerahan bagi perkembangan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat, serta menjunjung tinggi asas dan nilai kemanusiaan. Sementara misinya adalah mengantisipasi dan merespon dinamika masyarakat secara profesional, sekaligus memberi arah perubahan dengan menyediakan dan menyebarkan informasi yang terpercaya.

Bagi Kompas setiap manusia adalah ciptaan Tuhan. Maka martabat setiap manusia wajib dibela, dihargai, dan hak-hak asasi manusia harus dihormati. Dalam

setiap tulisannya, Kompas mencoba menghargai setiap manusia dan mencegah seorang manusia kehilangan muka sehingga memberikan kesempatan untuk membela diri. Maka dengan motto Amanat Hati Rakyat Kompas menunjukkan keberpihakkannya kepada rakyat dalam arti kepentingan pembaca. Dari motto dapat disimpulkan bahwa Kompas mengembangkan misinya dengan selalu mengutamakan kepentingan umum dan bukan kepentingan penguasa atau golongan.

Permodalan Kompas dimiliki bersama oleh yayasan bentara Rakyat, yayasan Kompas Gramedia Sejahtera, PT Framedia, Pt Transito Asri media, dan atas nama perorangan jakob Oetama, Frans Seda, dan P. Swantoro.

Menurut SL Batubara ditinjau dari sehat bisnis performance Kompas merupakan surat kabar terunggul dalam peta pengelolaan pers nasional. Kompas satu-satunya Surat Kabar Harian Indonesia yang masuk dalam *Audit Buerau or Circulations (ABC)*. Kompas tersebar di 33 propinsi Indonesia, 53% pembacanya adalah sarjana (Batubara dalam Sularto 2001;45).

Kompas pada awal terbitnya bertiras 4.800 eksemplar. Sejak tahun 1969, Kompas merajai penjualan surat kabar secara nasional. Pada tahun 2004, tiras hariannya mencapai 530.000 eksemplar, khusus untuk edisi Minggunya malah mencapai 610.000 eksemplar. Pembaca koran ini mencapai 2,25 juta orang di seluruh Indonesia.

Target market Kompas adalah kelompok ekonomi menengah ke atas dengan minimal tingkat pendidikan adalah SMU. Wilayah sirkulasi Kompas meliputi Pulau Sumatera, Jakarta, Bogor, Bekasi, Tangerang, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur,

Kalimantan, Bali, dan Indonesia bagian Timur. Untuk mempercepat distribusi Koran, Kompas menerapkan system cetak jarak jauh (*remoute printing*) dalam jaringan Jakarta-Bawen, Jakarta-Surabaya, Jakarta-Makassar. Saat ini, surat kabar pilihan pertama khalayak adalah Kompas.

Saat ini tak kurang dari divisi yang membawahi unit-unit usaha di bawah Kelompok Kompas Gramedia. yakni meliputi divisi pers daerah, surat kabar, majalah, perdagangan, percetakan, property, penerbitan, dan divisi lembaga keuangan. Kepadatan laju Kompas ini tak pelak membuatnya beranak pinak menjadi gurita bisnis media. Jumlah anak perusahaannya tak kurang dari 30 anak perusahaan.

Seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan bisnis perusahaan, secara struktur organisasi Kelompok Kompas Gramedia terbagi atas berbagai kelompok usaha (SBU) berdasar jenis usaha/jasa layanan yang dilakukan, seperti kelompok percetakan, Kompas, majalah, Gramedia Pustaka Utama, Penerbitan dan Multi media (MMSP), Perdagangan dan Industri, Hotel Santika, Media Olahraga (*medior*), pers daerah, radio Sonora, PT. Kompas Cyber media. Pada saat ini tercatat 12.000 orang karyawan tergabung dalam Kelompok Kompas Gramedia yang tersebar di seluruh Indonesia.

Dengan semakin meningkatnya pembaca, selain rubrik tetap pada edisi Nasional, saat ini Kompas juga menambahkan edisi daerah antara lain: Sumatra Bagian Selatan, Sumatra Bagian Utara, Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat

Kompas digital

Pada awalnya, Kompas.com dikenal dengan Kompas Online. Pada akhir 1997 seiring dengan berkembangnya teknologi informasi di Indonesia, pihak manajemen memutuskan untuk membuat sebuah perusahaan khusus yang terfokus pada internet, maka didirikannlah Kompas.com.

Untuk memudahkan akses bagi pembaca di seluruh dunia, Kompas juga menerbitkan edisi daring bernama Kompas Cyber Media, berisi berita-berita yang diperbarui secara aktual. Kompas versi cetak memang sudah terbit sejak 1965, tetapi Kompas versi online yang dinamakan KCM (*Kompas Cyber Media*) baru terbit tahun 1998. Alamatnya adalah: <http://www.kompas.com/>. Kompas.com merupakan situs berita terpercaya di Indonesia. Diupdate selama 24 jam sehari, dengan total readership lebih dari 15 juta orang. Tingkat kunjungan ke Kompas.com atau lebih dikenal dengan sebutan *Page View*, rata-rata mencapai 40 juta setiap bulan.

Tampilan dan isi di internet adalah sama dengan apa yang diperoleh melalui Kompas cetak. Namun dalam perkembangannya, tidak demikian. Ada dua perbedaan mendasar antara koran cetak dan online. Koran cetak lebih murah, mudah dibawa (portable), serta bagian-bagiannya bisa dipisah-pisahkan. Sedangkan online, merupakan jenis media baru dengan penyimpanan yang tidak terbatas (*unlimited storage*), bisa menyimpan informasi lebih lama, serta kemampuan pencariannya yang cepat dibanding dengan koran cetak.

Saat ini Kompas.com menduduki peringkat ke-12 sebagai situs paling banyak dikunjungi di Indonesia. Menduduki peringkat 676 dunia, sementara dalam kategori

situs lokal, Kompas.com merupakan situs Indonesia ketiga terbesar setelah kaskus dan detik.com.

Homepage Kompas.com selalu merubah tampilan agar sesuai dengan selera masyarakat dan perkembangan teknologi terbaru. Pada tanggal 29 Mei 2008 Kompas.com hadir dengan wajah baru. Wajah yang lebih bersih, namun dengan rubrik-rubrik yang jauh lebih kaya dan beragam. Semua kebaruan itu hadir untuk memuaskan lebih dari tiga juta pengguna yang berkunjung setiap hari ke www.kompas.com. Mereka membedah isi *Kompas Cyber Media (KCM)*, yakni nama Kompas.com sebelumnya, merencanakan rubrik-rubrik spesifik, membangun infrastruktur baru berupa penambahan bandwidth yang memungkinkan pengguna lebih cepat mengakses, sampai mengonvergensi kekuatan sumber daya manusia dalam satu *News Room* bersama.

Kompas.com hadir dengan *background* dominan putih dan abu. Kolom berita serta foto utama kini tampak lebih kecil dibanding aplikasi terdahulu. Kompas juga memiliki aplikasi berupa personalisasi konten yang bisa dinikmati setelah user melakukan registrasi. Kompas.com terkesan simple dan light.

Aplikasi yang tersedia di situs Kompas.com menggunakan web 2.0. Hasil berita real time yang selalu di update Kompas.com merupakan hasil penulis khusus sehingga bukan sekedar pindahan dari *off line*. Rubrik yang dimiliki Kompas.com adalah rubrik Nasional, Regional, Internasional, Megapolitan, Bisnis & Keuangan, Kesehatan, Olahraga, Perempuan, Properti, Sains, Travel, Oase, Edukasi. Sementara situs yang dimiliki Kompas.com adalah Kompas.com, Bola, *Entertainment*, *Games*,

Tekno, Otomotif, *Female*, Properti, Forum, Kompasiana, Images, Mobile, Kompas Cetak, *ePaper*, Kompas Karier, Pasang Iklan, dan Gramedia Shop. Kompas.com juga diperkaya konten Radio Sonora, Kompas *Images* (foto), KompasTV, SelebTV, sampai VideokuTV.

Sebagai situs berita terpercaya yang banyak dikunjungi di tanah air, Kompas.com sebagai layaknya media lain juga menawarkan pemasangan iklan (*banner*) di internet (*online advertising*), dimana jenis iklan disini berbeda dengan media konvensional lain. Iklan di internet menawarkan bentuk-bentuk iklan yang kreatif (*Rich Media Ads*), interaktif, dan sangat atraktif (visualisasi). Mulai dari *banner* yang telah akrab di mata pengunjung situs, Kompas.com pun memiliki berbagai jenis iklan lain yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pemasang seperti *email blast (email broadcast)*, *microsite*, *advertorial*, *polling/kuis/games*, *e-ditorial marketing* yang dapat digunakan untuk tujuan edukasi, *public services*, *special services*, dan lain-lain. .

Tampilan Kompas.com berbeda dengan koran Kompas. Penggunaan bahasa yang digunakan juga berbeda. Hal ini mengingat kebiasaan pembaca dan karakter media yang berbeda. Berita-berita Kompas.com ditulis dalam bahasa yang lebih encer, judulnya “nendang”, dan hanya terdiri dari tiga-lima alinea. Berbeda dengan Kompas cetak yang terkesan kaku, formal, panjang. Hal ini untuk lebih menarik perhatian pembaca, dan mempercepat pemahaman pembaca terhadap isi berita karena banyaknya link dan visual lain yang bisa dengan cepat mengalihkan perhatian pembaca.

Keunggulan Kompas.com sebagai sebuah megaportal diakui dunia pers, terbukti dengan Penghargaan Cakram (Cakram Award) tahun 2008 untuk kategori perusahaan pengelola portal berita. Penghargaan ini menunjukkan Kompas.com mampu mengungguli dua situs berita lainnya, yaitu Detik.com dan Okezone.com. Kompas.com juga meraih *New Wave Marketing Award* dari perusahaan konsultan pemasaran MarkPlus Inc karena dinilai berhasil membangun relasi partisipatif dan kolaboratif dengan penggunanya. Tanggal 6 Januari 2009, KOMPAS.com mendapatkan “hadiah” berupa penghargaan Adam Malik Award dari Departemen Luar Negeri sebagai media online terbaik dalam menyajikan informasi mengenai hubungan luar negeri dan kinerja diplomasi Indonesia.