

BAB II

DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN

Subjek dalam penelitian ini adalah jurnalis warga Kompasiana (kompasianer). Pada bab ini peneliti akan menjelaskan secara singkat terkait dengan sejarah dan latar belakang dari Kompasiana, yang merupakan platform di mana para kompasianer menaruh hasil tulisannya sebagai seorang jurnalis warga. Disamping itu, peneliti juga akan menjabarkan biodata narasumber dalam penelitian ini. Data mengenai sejarah dan latar belakang berdirinya Kompasiana diperoleh dari berbagai sumber.

A. Sejarah dan Latar Belakang Kompasiana

Merujuk pada laman resmi Kompasiana (Tentang Kompasiana n.d), Kompasiana adalah platform blog dan publikasi online yang dikembangkan oleh Kompas Cyber Media sejak 22 Oktober 2008. Setiap pemilik akun Kompasiana (kompasianer) dapat mengunggah berbagai konten, mulai dari artikel, foto, video dan komentar. Awalnya Kompasiana ditujukan untuk membangun blog jejaring internal bagi para jurnalis dan karyawan Kompas Gramedia. Namun, pada tahun 2009, Kompasiana akhirnya di buka untuk umum sebagai blog sosial.

Kompasiana pada dasarnya adalah media online yang masuk dalam kategori media sosial berbasis blog. Menurut Eddyono (2019: 77), Kompasiana merupakan media online yang menggunakan model *Users Generated Content* (UGC) atau konten yang dihasilkan dari para penggunanya. Kompasiana memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi satu sama lain, berbagi informasi baik secara individual maupun secara kolaboratif, dan dapat menyampaikan berbagai komentar balik atas isu-isu tertentu yang dibagikan oleh pengguna lainnya.

Sebagai media sosial berbasis blog, Kompasiana memiliki beberapa fitur yang dapat memudahkan para penggunanya. Menurut Bayquni et al (2015) Kompasiana memiliki sejumlah fitur-fitur tertentu, seperti homepage, profile, friendlist, activity,

dan lainnya. Selain itu, Kompasiana juga memiliki dan mengadopsi sistem verifikasi akun. Centang biru (terverifikasi) dibuat untuk memverifikasi seorang kompasianer berdasarkan konten yang dibuat, di mana yang mendapatkan label verifikasi (centang biru) adalah mereka yang dianggap memiliki konten berkualitas dan kredibel (Kompasiana, 2019).

Nama Kompasiana terinspirasi dari rubrik di koran Harian Kompas yang ditulis sendiri oleh almarhum pendirinya Kompas, Petrus Kanisius Ojong (Nugraha, 2013). Rubrik Kompasiana adalah salah satu rubrik yang pernah dimuat di antara tahun 1960-1970, dan terkenal dengan gaya penulisan dan sudut pandang yang santai, ringan dan personal dalam membahas suatu isu. Inilah yang kemudian menjadi mengilhami para pendiri Kompasiana untuk mengikuti pola dari rubrik, tersebut yakni membuat satu media khusus bagi warga yang bersifat personal dan luwes.

Menurut Bagun dalam Nugraha (2013), perusahaan media massa seperti Kompas akan mengalami perubahan dan persaingan yang semakin kompleks di masa depan, di mana perubahan tersebut akan dipengaruhi oleh penggunaan media sosial yang semakin meluas. Sebagai institusi media terkemuka, Kompas perlu menemukan formula dan format baru untuk dapat memenangkan pertarungan tersebut. Salah satu caranya adalah dengan mendirikan Kompasiana di tahun 2008 dan mengubahnya sebagai blog sosial di tahun 2009.

Selain dipengaruhi oleh perubahan persaingan media di masa depan, ada beberapa alasan yang akhirnya menginisiasi kelahiran Kompasiana. Menurut Nugraha dalam Eddyono (2019: 81-83) ada tiga alasan utama Kompasiana harus hadir dan diupayakan terus untuk tumbuh. Pertama, kehadiran internet dinilai membawa dampak pada bergesernya budaya konsumsi media, yakni dari cetak ke siber dan juga bergesernya budaya produksi informasi yang kini bisa dilakukan oleh siapa saja, tak lagi dimonopoli oleh wartawan. Kedua, menjaga keberadaan jurnalisme serta nama baik media.

Meski keberadaan Kompasiana sempat menuai pro dan kontra, namun hadirnya Kompasiana dapat memberikan ruang bagi munculnya sumber informasi yang tidak terjangkau oleh para jurnalis Kompas serta dapat memberikan ruang bagi partisipasi publik di ruang pers. Ketiga, adanya peluang bisnis yang potensial dari meluasnya penggunaan media sosial. Sebagai contoh, pada tahun 2013 Kompasiana sudah mendapatkan sekitar 170.000 penulis, dengan total sekitar 1.000 artikel setiap harinya dan mampu mandiri secara keuangan (Eddyono, 2019).

Dalam perkembangannya, Kompasiana sangat memungkinkan sekali bagi setiap orang untuk menaruh berbagai opini mereka terhadap suatu situasi yang sedang menjadi topik pembicaraan utama. Hal ini dibuktikan dengan tingginya antusiasme dari berbagai pengguna internet terhadap Kompasiana. Sebagai contoh, pada tahun 2013 Kompasiana dibaca rata-rata dalam sehari oleh 25.000 orang, di mana pada tahun tersebut jumlah pengaksesnya pernah mencapai 546.913 pengunjung dengan 1,3 juta halaman yang sudah terbaca (Eddyono, 2019).

Kompasiana perlahan juga berhasil mengubah stigma pekerjaan seorang jurnalis atau kolumnis. Jika dahulu banyak pihak yang merasa bahwa pekerjaan menjadi seorang jurnalis atau kolumnis adalah pekerjaan yang sangat monopolistik dan profesional, maka dengan lahir dan hadirnya blog sosial warga seperti Kompasiana, maka setiap orang kini memiliki peluang yang sama untuk bisa menulis (jurnalis warga) menurut perspektif mereka terhadap berbagai isu, serta pandangan terhadap profesi menulis berubah menjadi suatu “pekerjaan biasa” (Kusumaningati, 2012).

B. Perkembangan Kompasiana

Di tahun 2017, Kompasiana melakukan suatu inovasi besar, yakni dengan mengubah slogan, yang sebelumnya “*Sharing Connecting*” menjadi “*Beyond Blogging*” atau “Lebih dari Sekadar Ngeblog”. Perubahan ini didasari oleh dua hal. Pertama, Kompasiana ingin agar masyarakat Indonesia lebih mudah dalam mengenali Kompasiana sebagai produk media sosial buatan karya anak bangsa Indonesia. Kedua,

Kompasiana ingin menjadi media sosial berbasis blog yang dapat digunakan dan dipercaya oleh masyarakat luas (Nugraha, 2013).

Selain dua alasan di atas, ada beberapa alasan lain yang akhirnya menginspirasi Kompasiana untuk mengubah slogannya. Menurut Zulkarnaen dan Anandika dalam Eddyono (2019), perubahan slogan ini didasari atas kesadaran, bahwa jika Kompasiana hanya fokus pada perkara jurnalisme warga, maka Kompasiana diprediksi bisa gulung tikar (bangkrut), karena dikhawatirkan akan sangat membatasi ruang kreativitas publik dan akan berdampak pada konten-konten jurnalistik lain, yang sejatinya merupakan produk jurnalistik yang berasal dari ruang redaksi profesional.

Perubahan slogan yang dilakukan ingin mempertegas, bahwa Kompasiana tidak hanya menjadi media sosial yang khusus untuk konten jurnalisme warga, namun juga membuka peluang bagi informasi apa pun, seperti media untuk beropini, membuat karangan fiksi, catatan harian, dan platform untuk *blogging*. Dengan adanya perubahan tersebut, maka menurut Zulkarnaen dalam Eddyono (2019), hal ini di satu sisi ikut mempertegas, bahwa situasi ini membuat posisi Kompasiana tidak lagi menjadi “abu-abu”, tapi sebagai media *online* kategori media sosial.

Kompasiana juga terus melakukan inovasi serta pengembangan-pengembangan lain. Salah satunya adalah memfasilitasi para kompasianer untuk dihubungkan dengan berbagai perusahaan dan produk. Menurut laman konten pemasaran Kompasiana (Narativ n.d), per bulan Agustus 2021, Kompasiana sudah memiliki sekitar 2,106,423 member Kompasiana dan telah terhubung serta bekerjasama dengan berbagai perusahaan besar, seperti Mandiri, Allianz, Sinarmas, Mola TV, Pertamina, Campina, dan berbagai perusahaan multinasional lainnya.

Selain itu, menurut laman kaleidoskop Kompasiana (Kaleidoskop Kompasiana n.d), sepanjang tahun 2020 lalu misalnya, Kompasiana telah memiliki total sekitar 729.236 anggota, yang terdiri dari 242.769 anggota baru, 584 anggota terverifikasi (centang biru), dan 34.538 anggota tervalidasi (centang hijau); telah menayangkan konten

sebanyak 2.037.589 konten; telah mendapatkan total pageviews sebanyak 630.240.859 views sepanjang tahun 2008-2020; memiliki total komentar sebesar 527.433 komentar; dan telah berhasil menayangkan konten sebanyak 211.358 sepanjang tahun 2020.

Kompasiana juga serius dalam menindak kontan-kontan yang melanggar. Sepanjang tahun 2020, Kompasiana telah menindak lebih dari 31.250 konten. Sebagai gambaran, pelanggaran konten, kebanyakan didominasi oleh kasus salin-tempel & porsi kutipan sebesar 50,8%; tayang ulang konten sebesar 19,7%; gambar tanpa keterangan 13,8% dan beriklan/promosi sebesar 7,5%. Berbagai bentuk penindakan ini menggambarkan bahwa Kompasiana tidak hanya ingin menjadi media sosial yang bebas, namun juga menjadi media sosial yang dapat bertanggung jawab serta bermutu.

C. Deskripsi Narasumber (Kompasianer)

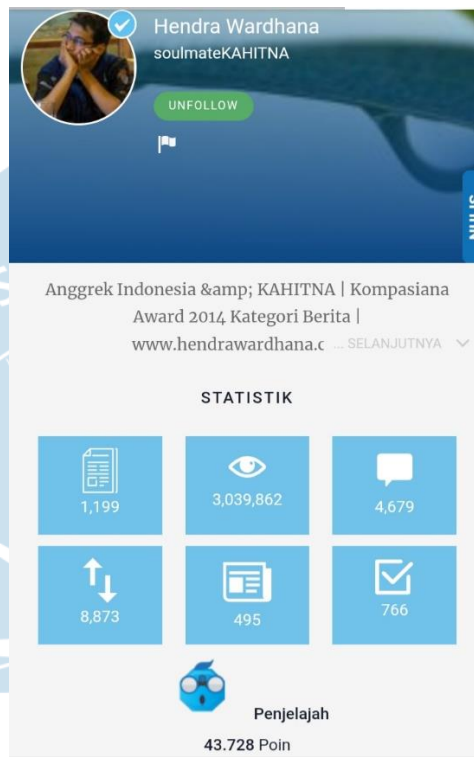
Terdapat tiga narasumber jurnalis warga Kompasiana (kompasianer) dalam penelitian ini. Menurut Eddyono (2019: 103), kompasianer adalah individu yang secara administratif terdaftar sebagai pemilik akun Kompasiana. Pemilihan narasumber didasarkan pada beberapa kriteria, antara lain: 1. Merupakan seorang jurnalis warga Kompasiana (kompasianer) yang terdaftar dan memiliki akun Kompasiana, 2). Laki-laki atau perempuan yang telah berusia antara 21 hingga 60 tahun atau usia dewasa, dan 3). Pernah menulis artikel yang menyinggung tentang COVID-19.

Adapun peneliti juga menanyakan pada masing-masing narasumber terkait alasan mereka bergabung dengan Kompasiana. Ketiga narasumber itu, antara lain:

1. Hendra Wardhana

Subjek pertama bernama Hendra, seorang kompasianer asal Purbalingga, Jawa tengah yang lahir pada tanggal 25 Desember 1986 (35). Saat ini Hendra berdomisili di Yogyakarta dan bekerja sebagai seorang asisten dosen di Fakultas Ilmu Biologi di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Hendra sudah aktif menjadi kompasianer sejak 15 Juni 2010 dan total sudah memperoleh 39.554 (penjelajah) poin. Selama

masa pandemi COVID-19, total sudah ada sekitar 25 artikel yang menyinggung tentang permasalahan COVID-19 (Gambar 2.1).



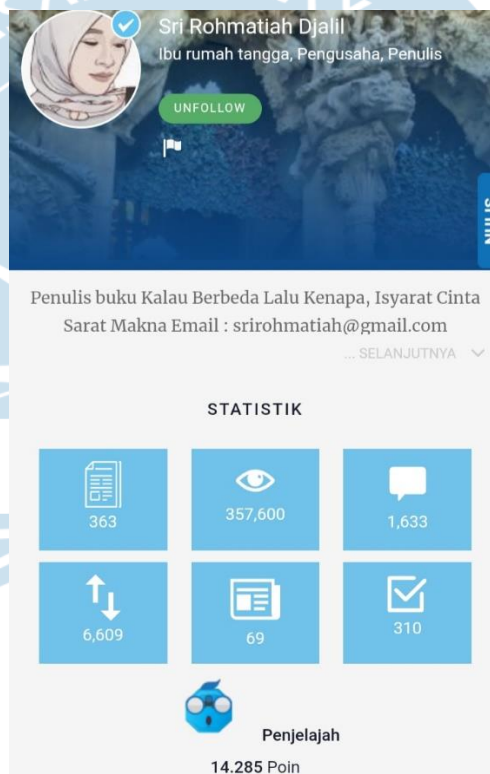
Gambar 2.1 Akun/profil kompasianer Hendra Wardhana

Sumber: Tangkapan layar peneliti (2022)

Hendra tertarik untuk menjadi seorang kompasianer sebab memiliki pengalaman terhadap banyak kejadian menarik, yang menurutnya dapat dibagikan kepada orang lain sebagai suatu hal yang bermanfaat bagi kebaikan orang lain. Hendra menjelaskan contoh kejadian menarik itu seperti tulisannya mendapatkan tanggapan dari pihak Kereta Api Indonesia (KAI) karena adanya pelanggaran proses selama masa awal pandemi COVID-19. Tanggapan tersebut kemudian ditindak lanjuti dengan adanya pembagian masker dan *face shield* gratis.

2. Sri Rohmahtiah

Subjek kedua bernama Sri, seorang kompasianer asal Majalengka, Jawa Barat yang lahir pada tanggal 5 Januari 1977 (44). Saat ini Sri berdomisili di Madiun, Jawa Timur dan bekerja sebagai seorang penulis seorang penulis buku dan pemberdaya sosial bagi komunitas perempuan. Sri terhitung sudah aktif menulis dan mengunggah tulisan sebagai kompasianer sejak 15 April 2020, dan total sudah memperoleh 7.940 (Taruna) poin. Selama masa pandemi, total sudah ada sekitar 13 artikel yang menyinggung tentang permasalahan Covid-19 (Gambar 2.2).



Gambar 2.2 Akun/profil kompasianer Sri Rohmatiah

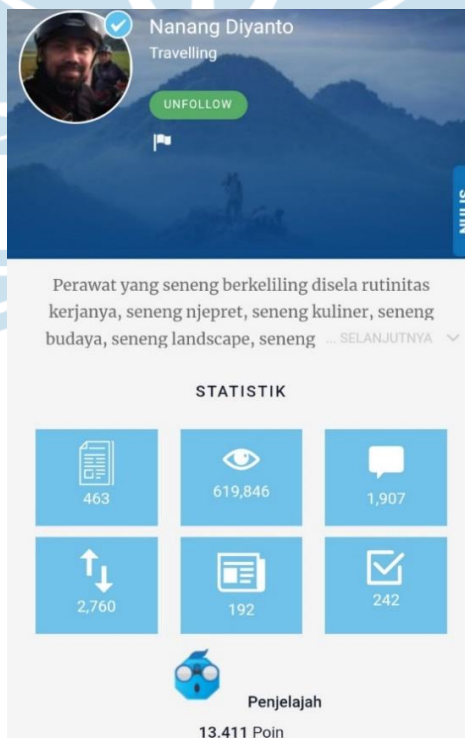
Sumber: Tangkapan layar peneliti (2022)

Sri tertarik untuk menjadi seorang kompasianer karena mendapatkan ajakan dari teman-teman penulisnya untuk mencoba menaruh beberapa tulisan di Kompasiana. Meski begitu, Sri tidak memiliki tujuan besar dari kegiatan menulisnya tersebut dan hanya untuk sekadar *sharing* terkait pengalaman yang pernah dirasakan, utamanya

untuk mengisi waktu luang karena adanya COVID-19. Saat ini, Sri berhasil menjadi salah satu kompasianer dengan pertumbuhan akun yang cepat dan telah berhasil meraih tanda verifikasi (centang biru) hanya dalam waktu satu tahun.

3. Nanang Diyanto

Subjek ketiga bernama Nanang, seorang kompasianer asal Ponorogo, Jawa Timur yang lahir pada tanggal 13 Maret 1974 (48). Saat ini Nanang masih berdomisili di kota kelahirannya dan bekerja sebagai seorang perawat kamar bedah di sebuah Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD). Nanang sudah aktif menulis sebagai kompasianer sejak 26 Desember 2010, dan total sudah memperoleh 13.375 (Penjelajah) poin. Selama masa pandemi COVID-19, total sudah ada sekitar enam artikel yang menyinggung tentang permasalahan COVID-19 (Gambar 2.3).



Gambar 2.3 Akun/profil kompasianer Nanang Diyanto

Sumber: Tangkapan layar peneliti (2022)

Nanang tertarik untuk menjadi seorang kompasianer karena untuk memenuhi hobinya dalam menulis dan membagikan hasil tulisannya. Dari hobinya itu, Nanang kemudian bertemu dengan para penulis lainnya dan kemudian membuat kelompok penulis komedi politik bernama Planet *Kenthir*. Selain itu, alasan lain yang membuat Nanang tertarik untuk menjadi kompasianer adalah tingginya keterbacaan konten dari para pembacanya, utamanya konten-konten yang bernuansa edukatif, seperti kesehatan, media, politik, dan lain sebagainya.

