

BAB II
GAMBARAN UMUM
SURAT KABAR HARIAN KOMPAS

2.1 Sejarah Surat Kabar Harian Kompas

Pada awalnya Surat Kabar Harian Kompas lahir dari situasi politik yang sedang tidak stabil. Setelah adanya peristiwa Dekrit Presiden pada tanggal 5 Juli 1959, ada tiga kekuatan politik yang besar. Pertama adalah Presiden Soekarno sebagai Pemimpin Besar Revolusi, Dekrit Presiden menyebabkan konsolidasi kekuasaan politik terpusat kepada Soekarno yang menjalankan praktek demokrasi terpimpin. Kedua ada Partai Komunis Indonesia yang merapat kepada Soekarno. Selain itu Partai Komunis Indonesia juga memiliki beberapa media yang menjadi alat utama dalam menyebarkan pemikirannya secara luas kepada masyarakat pada saat itu dan dalam konteks ini cenderung membatasi informasi yang masuk dari luar. Ketiga ada kekuatan ABRI yang berusaha meredam kekuatan politik Partai Komunis Indonesia. ABRI mencoba menjalin kerjasama dengan organisasi masyarakat dan politik yang anti komunis. Menteri atau Panglima TNI Angkatan Darat Letjen Ahmad Yani menyatakan bahwa perlu adanya koran non-partai yang disampaikan kepada Frans Seda yang saat itu menjabat sebagai Menteri Perkebunan dan mewakili Partai Katolik. Selanjutnya Frans Seda menemui Ketua Umum Partai Politik Katolik Ignatius Joseph Kasimo untuk merealisasikan ide pembuatan Surat Kabar tersebut (<https://nasional.kompas.com/read/>).

Pada waktu itu Jakob Oetama dan PK Ojong sudah mendirikan majalah intisari yang kemudian dilibatkan dalam ide tersebut. Jakob dan Ojong awalnya menolak untuk menerima permintaan menerbitkan Surat Kabar Bentara Rakyat (yang kemudian hari akan berubah menjadi Kompas). Karena situasi yang ada seperti lingkungan politik, ekonomi dan infrastruktur dalam keadaan yang kurang baik. Namun pada akhirnya Jakob dan Ojong setuju dengan diterbitkannya Surat Kabar Harian Kompas, bahwa surat kabar ini nantinya bukan sebagai corong partai. Surat Kabar Harian Kompas ada atas semua golongan, bersifat umum dan berdasarkan kemajemukan Indonesia. Kemudian dibentuklah Yayasan Bentara Rakyat. Setelah membentuk yayasan, proses selanjutnya mengenai perizinan, setidaknya harus mengumpulkan 3000 tanda tangan sebagai bukti bahwa ada pelanggan untuk Surat Kabar yang akan dibentuk ini. Dengan bantuan dari Frans Seda, 3000 tanda tangan dapat dikumpulkan dari anggota partai, guru sekolah serta anggota-anggota Koperasi Kopra Primer yang berada di Kabupaten Ende Lio, Kabupaten Sikka dan Kabupaten Flores Timur.

Frans Seda yang pada saat itu sebagai anggota kabinet dalam jajaran Presiden Soekarno, memberitahukan rencananya terkait pembentukan Surat Kabar tersebut. Nama Surat kabar yang diajukan kepada Presiden Soekarno yaitu Bentara Rakyat. Tidak berapa lama Soekarno mengatakan, “Aku akan memberi nama yang lebih bagus..*Kompas*. Tahu toh apa itu kompas? Pemberi arah dan jalan dalam mengarungi lautan dan hutan rimba.” Dengan sigap Edward Linggar, wartawan kompas pada saat itu membuat logo dan disetujui oleh Jakob serta Ojong dan

dipakai hingga sekarang, meskipun pada perjalanan Surat Kabar Harian Kompas, logo tersebut mengalami beberapa perubahan kecil terkait tebal atau tipisnya huruf.

Surat Kabar Harian Kompas hadir memenuhi informasi kepada khalayak pada 28 Juni 1965 dengan taglinenya Amanat Hati Nurani Rakyat yang mempunyai arti bahwa hati nurani adalah wujud dari semangat dalam hidup yang tidak pantang putus asa terhadap berbagai tekanan yang ada. Kompas didirikan sebagai media umum yang tidak memiliki keberpihakan dari kelompok manapun. Hal tersebut diwujudkan dalam pengambilan jarak dengan pemerintahan dan berbagai lembaga yang ingin menguasai Kompas. Independensi ini menunjukkan bahwa Kompas sebagai media massa mampu menjaga kualitas setiap pemberitaannya dan menjadikan media yang dapat dipercaya oleh khalayak melalui tulisan berita yang dapat dipertanggungjawabkan, cover both side dan penyajian fakta yang berimbang tidak memihak. Sumber informasi yang akurat dan terpercaya menjadi senjata Kompas untuk terus bisa bersaing dengan media lainnya (<https://korporasi.kompas.id/profil/cerita-berdiri/>).

2.2 Visi dan Misi Surat Kabar Harian Kompas

Surat Kabar Harian Kompas memiliki visi untuk menjadi institusi yang dapat memberikan pencerahan bagi perkembangan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat, serta menjunjung tinggi asas dan nilai kemanusiaan. Dalam kiprahnya di industri pers 'Visi Kompas' berpartisipasi membangun masyarakat Indonesia berdasarkan Pancasila melalui prinsip humanisme transedental (persatuan dalam perbedaan) dengan menghormati individu dan

masyarakat yang adil dan Makmur. Lebih lanjut visi Surat Kabar Harian Kompas memaparkan secara spesifik dalam bentuk butir-butir nilai sebagai berikut:

1. Kompas adalah Lembaga pers yang bersifat umum dan terbuka.
2. Kompas tidak melibatkan diri dalam kelompok-kelompok tertentu baik politik, agama dan sosial.
3. Kompas secara aktif membuka dialog dan berinteraksi dengan segala kelompok.
4. Kompas bersifat luas dan bebas dalam pandangan yang dikembangkan namun selalu memperhatikan konteks struktur kemasyarakatan dan pemerintahan.
5. Kompas adalah media cetak nasional yang senantiasa berusaha mewujudkan aspirasi dan cita-cita bangsa.

Dari butir-butir nilai diatas selanjutnya dijadikan landasan dalam langkah kerja sebagai misi yang akan dilakukan oleh Surat Kabar Harian Kompas. Untuk Misi Surat Kabar Harian Kompas adalah mengantisipasi dan merespon dinamika masyarakat secara professional, serta memberikan arah perubahan dengan menyediakan dan menyebarkanluaskan informasi yang dapat dipercaya. Dari misi tersebut, Kompas memaparkan lebih lanjut sebagai sasaran operasional sebagai berikut :

1. Kompas memberikan informasi yang berkualitas dengan ciri, cepat, cermat, utuh dan selalu mengandung makna.
2. Kompas memiliki bobot jurnalistik yang tinggi dan terus dikembangkan untuk mewujudkan aspirasi dan selera terhormat yang dicerminkan

dalam gaya kompak, komunikatif dan kaya nuansa kehidupan dan kemanusiaan.

3. Kualitas informasi dan bobot jurnalistik dicapai melalui upaya intelektual yang penuh empati dengan pendekatan rasional, memahami jalan pikiran dan argumentasi pihak lain, selalu berusaha mendudukan persoalan dengan penuh pertimbangan namun tetap kritis dan teguh pada prinsip.
4. Berusaha menyebarkan informasi seluas-luasnya dengan meningkatkan tiras (<http://www.kompasgramedia.com/about-kg/vision>).

2.3 Struktur Organisasi

Pemimpin umum

Jakob Oetama

Wakil Pemimpin Umum

Lilik Oetama, Rikard Bangun, Budiman Tanuredjo

Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab

Ninuk Mardiana Pambudy

Wakil Pemmpin Redaksi

Mohammad Bakir, P. Tri Agung Kristanto, Sutta Dharmasaputra

Redaktur Senior

Ninok Leksono

Redaktur Pelaksana

Adi Prinantyo

Wakil Redaktur Pelaksana

Try Harijono, Marcellus Hernowo, Antonius Tomy Trinugroho, Haryo Damardono

Sekretaris Redaksi

Subur Tjahjono, Ilham Khoiri

2.4 Model Pemberitaan

Visi dan misi Surat Kabar Harian Kompas yang ada kemudian diimplementasikan ke dalam model pemberitaan. Pada awal hadirnya Kompas, artikel dibuat berkaitan dengan filsafat, tujuan dari media cetak ini serta permasalahan yang diangkat dalam pemberitaannya berhubungan dengan masalah kemasyarakatan ditinjau dari segi politik, ekonomi dan kebudayaan. Kompas dibawah kepemimpinan Jakob membuat gaya penyajian yang substansial dengan kritik yang secara tidak langsung dan terkesan implisit, yang dianggap tipikal dari kritik gaya jawa. Penyajian tersebut didasarkan pada proximity dimana lingkungan tempat Kompas berada tidak dapat lepas dengan nilai budaya jawa.

Beberapa orang pada awal tahun 1980an mengatakan bahwa gaya bahasa yang dipakai oleh Kompas membuat khalayak seperti diajak untuk ikut berbicara. Namun di pihak lain, ada yang mengatakan bahwa tajuk rencana Kompas tidak pernah tegas. Kritiknya tidak pernah *straight to the point*, tetapi selalu melingkar dan membuat orang orang harus berpikir terlebih dahulu sebelum tahu pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan metode tersebut, yang dikatakan atau yang diberikan tidak pernah *straight to the point* dikarenakan konsepsi nilai-nilai yang ingin dibagikan oleh Kompas ditujukan untuk meningkatkan kualitas kehidupan

dengan menyebarkan informasi yang mencerdaskan, bukan dalam bentuk kritik yang konstruktif.

Sedangkan yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang berkembang dalam masyarakat, Surat Kabar Harian Kompas menggunakan 3 strategi dalam melakukan pembahasan, yaitu:

1. Model Jalan Tengah (MJT) : Model ini berkaitan dengan menggugat secara tidak langsung, mengkritik tetapi disampaikan dengan santun, berkelit-kelit dan mengaburkan pesan yang ingin disampaikan.
2. Model Angin Surga (MAS) : Dalam suatu masalah, Kompas menggunakan himbauan serta harapan, bukan dengan mengkritik atau menggugat masalah tersebut.
3. Model Anjing Penjaga (MAP): Kompas menggunakan Bahasa yang lebih berani dan bersifat terbuka, tajam namun tidak berlebihan.

Kompas memahami bahwa pada masa politik Orde baru, partai politik masing-masing akan berafiliasi dengan aliran agama Kristen, Islam, Nasionalis, dan sekuler. Pada perkembangannya, Surat Kabar Harian Kompas memberikan pemberitaan yang senantiasa berusaha tidak memihak. Karena massa politik berbeda dengan massa surat kabar. Misalnya Surat Kabar Harian Kompas memberitakan sesuatu namun lebih menitik beratkan kepada salah satu pihak atau kelompok, belum menjadi jaminan bahwa massa dari pihak atau kelompok tersebut akan membeli Surat Kabar Harian Kompas.

2.5 Sirkulasi, Oplah, dan Profil Pembaca Surat Kabar Harian Kompas

Kompas terbit pada tanggal 28 Juni 1965, dengan kantor berada di Jl. Palmerah Selatan 26-28, Jakarta. Ketika itu penjualan Surat Kabar Harian Kompas mencapai 4.800 eksemplar. Perkembangan pesat Surat Kabar Harian Kompas dimulai sejak awal 1970-an, dan berhasil menembus angka 100.000 eksemplar pada akhir 1972. Kenaikan ini terus berlanjut hingga pada 1980an Kompas menaikkan angka penjualannya hingga 500.000 eksemplar. Pasar khalayak Kompas pada umumnya kelas menengah ke atas, dalam rentang usia 25-40 tahun. Dan pada 2010 sirkulasi oplah rata-rata 500.000 eksemplar per hari, dengan rata-rata jumlah pembaca mencapai 1.850.000 orang per hari yang terdistribusi ke seluruh wilayah Indonesia (<https://korporasi.kompas.id/profil/cerita-berdiri/>).

Sebagai Surat Kabar yang memposisikan diri sebagai Surat Kabar nasional, Kompas menggunakan fasilitas percetakan jarak jauh untuk memproduksi koran harian dan melakukan distribusi dari banyak lokasi. Pada awalnya, Kompas hanya dicetak di Jakarta, kemudian seiring dengan tuntutan jam kedatangan yang semakin pagi oleh pembaca dan pelanggannya, maka Kompas juga di cetak di berbagai wilayah selain Jakarta. Untuk pencetakannya pun seiring waktu Kompas mengalami perkembangan. Misalnya dimulai pada 1997 Kompas dicetak di Bawen, Jawa Tengah oleh PT Bawen Media Tama. Kemudian pada 1997, mulai dicetak di Makassar. Lalu pada 1999, mulai dicetak di Rungkut, Jawa Timur oleh PT Antar Surya Jaya. Pada 2001, mulai dicetak di Palembang. Lalu pada 2002, mulai dicetak di Banjarmasin. Pada 2003, mulai dicetak di Deli Serdang, Medan oleh PT Medan Media Grafika. Pada 2006, mulai dicetak di Rancaekek, Sumedang oleh PT

Gamedia Unit Bandung. Dan pada 2009, mulai dicetak di Gianyar, Bali oleh Gamedia Bali Site.

Sistem distribusi dan penjualan yang dilakukan Kompas menggunakan agen yang akan meneruskan ke looper. Ada dua model agen penyalur Kompas :

1. Agen Konvensional (menjual produk koran lain juga).
2. Agen Kompas (menjual dan mendistribusikan khusus produk Kompas) dibawah PT. Jasatama Polamedia.

Pada awalnya, sirkulasi Kompas dilakukan sendiri dibawah manajemen PT. Kompas Media Nusantara. Hingga kemudian pada Januari 2009, diletakkan di bawah naungan PT.Sirkulasi Kompas Gamedia (SKG), yang merupakan unit gabungan dari seluruh Departemen Sirkulasi atau Distribusi media di Kompas Gamedia (<https://korporasi.kompas.id/profil/cerita-berdiri/>).

2.6 Pencapaian dan Penghargaan

Aktivitas jurnalisme bagi Surat Kabar Harian Kompas lebih dari sekadar menyajikan informasi berlandaskan kebenaran, tetapi juga cara untuk berkontribusi terhadap kemanusiaan. Dalam prosesnya, Surat Kabar Harian Kompas dipercaya dan diapresiasi oleh publik sehingga mendapatkan 80 penghargaan baik nasional maupun internasional. Ini wujud nyata komitmen Surat Kabar Harian Kompas untuk memberikan yang terbaik dan bermanfaat bagi negeri. Pada tahun 2019, Kompas mendapatkan 11 penghargaan yang salah satunya merupakan penghargaan dari WAN-IFRA dalam Asian Media Awards 2019. Penghargaan Emas Kategori

Foto Olahraga Edisi 24 Agustus 2018, Penghargaan Perak Kategori Desain Halaman Satu Edisi 11 Mei 2018 dan Penghargaan Perunggu Kategori Pemasaran Terbaik Media Massa. Tidak sekedar memberikan informasi, Surat Kabar Harian Kompas juga ingin berkontribusi untuk mengawal proses demokrasi, mencari solusi untuk persoalan bangsa, juga berkontribusi membangun bibit unggul di dunia sepak bola. Antara lain dengan menyelenggarakan Hitung Cepat Kompas, CEO Forum, dan Liga Kompas Gramedia (<https://korporasi.kompas.id/penghargaan-dan-pencapaian-kompas/>).

Dalam hal ini Kompas juga turut mencerdaskan masyarakat dengan akumulasi pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki Surat Kabar Harian Kompas selama lebih dari 50 tahun, tidak hanya disampaikan ke masyarakat lewat berita-berita di koran cetak maupun platform digital, namun juga dibagikan secara langsung ke masyarakat melalui kelas-kelas Kompas Institute secara profesional. Berdiri sejak 17 Mei 2018, Kompas *Institute* telah menyelenggarakan berbagai kelas mulai dari fotografi, menulis, penelitian, marketing *communication*, dan penelitian khusus.

Inovasi terus dilakukan, Surat Kabar Harian Kompas tumbuh dengan semangat perubahan. Hadirnya Kompas.id, yang merupakan platform digital berbayar di tahun 2017 menandai langkah Harian Kompas sebagai perintis konten berbayar di Indonesia. Belum sampai 2 tahun Kompas.id telah memperoleh kepercayaan lebih dari 300.000 registered user sebagai informai yang tepercaya. Artinya kesetiaan Kompas mengusung jurnalisme presisi dan jurnalisme makna mendapatkan tanggapan yang positif dari masyarakat, termasuk generasi muda.

52% lebih *audience* Kompas.id berusia 18 sampai dengan 34 tahun (<https://korporasi.kompas.id/produk/kompas-id/>).

Selain Surat Kabar Harian Kompas dan Kompas.id beberapa produk terus berkembang dan ditawarkan oleh Kompas yaitu :

1. Kompas Data

Pusat Informasi Kompas (PIK) mengelola sumber-sumber referensi dan rujukan pemberitaan Kompas. Jumlah koleksi buku per-tahun mencapai 2.400 dan sudah mencapai 71.000 buku dengan konsentrasi tersebar pada masalah politik, ekonomi, dan sejarah. PIK juga dapat diakses oleh berbagai pihak di luar lingkungan Kompas Gramedia melalui PIKnet. PIK merupakan bagian dari Penelitian dan Pengembangan (Litbang) Kompas yang bertujuan untuk memperkaya konten (*content enrichment*), dan pengembangan produk (*product development*). Anda bisa mengakses dan memanfaatkan data serta informasi Kompas Data di Pusat Informasi Kompas dengan mengunjungi kompasdata.id

2. Event Surat Kabar Harian Kompas

Ada tugas mulia di balik penyelenggaraan event Kompas, yaitu memberikan dampak dan kontribusi bagi Indonesia, seperti menarik banyak investor untuk berinvestasi hingga memberdayakan usaha lokal. Kompas juga telah menyelenggarakan lebih dari 15 *event* dari yang berskala nasional hingga internasional, seperti misalnya Borobudur Marathon, Kompas Travel Fair, dan Tambora *Challenge*. Untuk mendukung pihak-pihak yang membutuhkan *engagement* dengan khalayak secara masif. Tema-tema *event*

diselaraskan dengan semangat memanggungkan ke Indonesiaan dan pemberdayaan potensi daerah dan masyarakat lokal.

3. Beriklan di Kompas

Untuk membangun komunikasi yang baik, kualitas informasi menjadi hal yang krusial. Informasi yang berkualitas akan membangun kepercayaan. Untuk itu *Harian Kompas* tanpa henti-hentinya melakukan inovasi untuk menjaga kualitas produk, menjadikan *Harian Kompas* wadah yang tepat untuk mengkomunikasikan produk, jasa, dan informasi korporat kepada pasar Indonesia yang sangat potensial.

4. Kompas Institute

Kompas juga turut mencerdaskan masyarakat dengan akumulasi pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki Surat Kabar *Harian Kompas* selama lebih dari 50 tahun, tidak hanya disampaikan ke masyarakat lewat berita-berita di koran cetak maupun platform digital, namun juga dibagikan secara langsung ke masyarakat melalui kelas-kelas *Kompas Institute* secara profesional. Berdiri sejak 17 Mei 2018, *Kompas Institute* telah menyelenggarakan berbagai kelas mulai dari fotografi, menulis, penelitian, marketing *communication*, dan penelitian khusus.

5. Cendera Mata

Kompas juga menghadirkan berbagai macam pilihan cendera mata eksklusif antara lain *board game Kompas*, *t-shirt*, topi, kartu pos dan buku yang dapat dipesan melalui (<https://gerai.kompas.id/>)