

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Dokumentasi Peneliti



Peneliti sedang mewawawancarai narasumber kunci Dahlan Iskan di kediamannya.



Peneliti sedang mewawawancarai narasumber Tomy C. Gutomo di kantor Harian Disway.



Suasana halaman belakang terbuka kantor Harian Disway



Suasana kantor bagian dalam Harian Disway.

## **Lampiran 2. Transkrip Wawancara**

**Narasumber (N) : Doan Widhiandono**

**Pewawancara (P) : Mochammad Rafly Akbar**

**Tanggal Wawancara : 25 Mei 2023**

**Pukul : 10.16 – 11.00 WIB**

**Lokasi Wawancara : Kantor Harian Disway, Jl. Walikota Mustajab No. 76, Surabaya**

N : Cek satu dua cek, cek

P : Iki mosok dilebokno transkrip pak ? (tertawa kecil)

N : Iyo

P : Oke, Sekarang tanggal 5, eh tanggal 25

N : Oh iya?

P : Iya pak! (Tertawa). Bulan Mei ta Juni pak ?

N : Mei

P : Bulan Mei, tanggal 25. Saya Mochammad Rafly Akbar sedang mewawancarai Pak Doan Widhiandono selaku redaktur Harian Disway...

N : Wapimred jeh, ojek mbok dukno jabatanku, ngawur ae....

P : Loh, iyota pak ? Wapimred ?

N : Wapimred, awakku ndek kene wapimred. Itu tadi salah teman-teman (Tertawa).

P : Oke, wapimred Harian Disway. Ummm, Kalau Pak Doan sendiri, sudah ikut kerja sama abah (Dahlan Iskan) itu dari kapan pak ?

N : Sejak sebelum Harian Disway berdiri, tepatnya... 1 Juli 2020. Harian Disway resmi terbit 4 Juli 2020.

P : Oke, tapi sebelum.. ada Harian Disway itu Pak Doan udah ikut abah (Dahlan Iskan) belum ?.. Udah kerja.

N : Iya, di... Jawa Pos mulai 2002 sampai pensiun dini 2020.

P : Ummm.. Nah, itu wartawannya Harian Disway sendiri itu pas pertama kali mulai itu abah (Dahlan Iskan) ambil dari Jawa Pos semua atau....

N : Ada 2 orang redaktur yang langsung dari Jawa Pos terkait ini. Satu, pimred, Tomy, sekarang jadi direktur. Itu... direkrut dari Jawa Pos langsung ke Harian Disway. Nah.. pas itu kebetulan momentumku pensiun dini, sebenarnya karena sudah memulai proses menjadi dosen tetap. Terus... sudah keluar dari Jawa Pos, terus ditawarkan abah. Iku sangat menggoda, karena umm... citra pak Dahlan itu kan pengelolaan media yang.. umm, beberapa media sukses, kemudian, dia juga punya cita rasa jurnalistik yang tinggi. Nah, itu membuat pengen bergabung disini, walaupun pekerjaan utamanya ya dosen. Pekerjaan utamanya ya dosen, pegawai tetapnya dosen. Kalau disini ya karena semata-mata saya melihat bahwa oh yang mengelola abah (Dahlan Iskan).

P : Terus, kita masuk ke inti pertanyaannya aja pak. Disway ini kan baru terbentuk tahun 2020 ya pak. Nah, itu awalnya gimana seh pak ? Kan sebelumnya hanya sebuah blog, blog tulisannya abah.

N : Iya

P : Itu kok pake namanya Disway untuk membentuk sebuah perusahaan media itu. Kok bisa tercipta Harian Disway.

N : Karena, karena blog Pak Dahlan itu ternyata punya penggemar yang cukup luas ya. Blog yang Disway.id yang sekarang akhirnya juga menjadi media, itu penggemarnya banyak, pembacanya banyak. Banyak yang menantikan tulisan abah setiap jam 4 pagi ketika itu. Nah, terus terbentuknya Harian Disway, itu karena Pak Dahlan ternyata tidak benar-benar bisa meninggalkan jurnalistik. Dia pengen membentuk sebuah media yang jurnalismenya itu berbeda dengan jurnalisme online pada umumnya, jadi tetap

main kedalaman, analisis, *features*. Sebagai orang cetak aku tergoda, karena ya nama abah itu seolah-olah jaminan mutu lah, iku mesti mutune apik, dan memang um sampai saat ini kita menjaga mutu itu walaupun berat ya. Artinya dengan model seperti ini jualannya ya nggak bisa selaris media-media lain yang menjual viral, menjual sensasi iku gak iso banter. Tapi, yang kita lihat itu, onok abah'e ngono lo. Karena kita memakai nama abah nggawe berita gak iso sembarangan. Itu diakui atau tidak itu di kalangan temen-temen redaksi ada seperti itu. Karena kita membawa nama Pak Dahlan itu, nah itu ngefek ke bagaimana kita mewawancarai orang, bagaimana menulis berita *feature*, membuat series-series yang panjang.

P : Berarti abah sendiri punya itu, ummm kriteria tersendiri untu...

N : Jadi, kita kan terbit 4 Juli, aku masuk 1 Juli. 1 sampai 3 Juli itu, kita tiap malam, kita itu *pioneer* pertama ya, Aku, Tomy, Nanang, Gunawan, Salman itu wartawan pertama. Itu bener-bener di *briefing* sama Pak Dahlan soal jurnalisme apa yang dia inginkan termasuk hal-hal yang simpel misale saya tidak ingin wartawan Disway itu menjadi corong pejabat. Jadi, tetap keberpihakannya ada pada masyarakat. Corong pejabat itu yang paling simpel misalnya, menggunakan bahasa-bahasa khas pejabat. Misale, "kami sudah melakukan penangkapan," itukan khas pejabat. Kalo jurnalisme yang Pak Dahlan dibangun kan "kami sudah menangkap." Itu itu, kalau spirit jurnalistiknya itu. Kemudian, banyak dari temen-temen yang menjadi, ummm opo yo, bukan ragu-ragu yo.. dia menjadi segan untuk "mbodrex", bodrex itu memeras orang demi mendapatkan duwek, "kon lak gak mbayar aku, tak muat elek lo." Itukan di media yang lain, ada fenomena seperti itu, tapi nang kene, yo segan ae, karena kita menjaga nama Pak Dahlan. Nak istilahe nang grup, "marwah Dahlan Iskan." Ini tapi beda dengan bisnis yo, artinya, mungkin awakmu iso mengkaji juga, ngefek nggakse nama Dahlan Iskan itu pada pendapatan iklan, pada penjualan, itu itu 2 hal yang sangat berbeda. Tapi setidaknya itu ngefek sih, bagaimana kita menjaga karya jurnalisme itu.

P : Terus, ummm, untuk logonya sendiri pak. Mungkin, sekarang yang sering saya lihat itu kan tulisan Disway-nya, Harian Disway. Nah, dulu kan saya sempet ummm, tau kalau ada wajah abah disitu. Nah, itu esensinya apa sih pak, maksudnya kok ada wajahnya abah disitu.

N : Ya karena Disway itu “Dahlan Iskan *Way*,” dis itu adalah kode Pak Dahlan ketika menjadi jurnalis, podo mbek aku, dos, itu kodeku ketika menjadi wartawan. Sehingga, di lingkungan *circle* wartawan aku disebut sebagai dos. Nah, Pak Dahlan itu seperti itu, Dahlan Iskan, dis, kemudian Disway. Nah, nek awakmu mengamati Harian Disway itu sempat berganti logo. Yang pertama itu pake tulisan latin Di’s way, ternyata logo itu tidak bisa dibaca. Akeh seng ngomong umm “selamat datang kepada founder Harian Di’s way (daisway),” nggak, kita tidak ingin nama kita di salah bacakan, nama kita Disway. Walaupun tidak semua orang tahu bahwa “dis” itu adalah kode Pak Dahlan ketika jadi wartawan, nah alasannya itu aja. Kemudian, umm, wajah abah itu sebenarnya masih tetep menjadi *branding* ya. Kalau dulu di Jawa Pos kan wajah abah itu khas, coba *googling*-en Dahlan Iskan yang versi Jawa Pos, walaupun sama-sama digambar, tapi beda. Berarti kita bisa membedakan ini era Jawa Pos, ini era Disway gitu. Itu, biar orang yang menggemari Pak Dahlan sejak lama bisa membedakan eranya, memakai wajah Pak Dahlan yang seperti apa.

P : Berarti sejak Jawa Pos sudah ada ya itu..

N : Ada. Wajah Pak Dahlan di ilustrasi itu ada.

P : Oke, terus kalau saya baca di webnya Disway, itu kan di kolom *about us* tentang kami itu abah membuat Harian Disway karena merasa... itu.. apa namane..

N : Berhutang budi pada jurnalis ?

P : Iya, nah itu maksudnya gimana pak, yang mendasari terbentuknya Harian Disway itu apa pak ?

N : Satu, hutang budi itu bukan berarti abah pengen memberi materi pada jurnalis itu enggak, tapi lebih pada bagaimana abah ini menjaga bahwa ada jurnalis-jurnalis lama yang sudah begitu lama, jurnalis-jurnalis senior yang sudah begitu lama menjaga agar jurnalisme itu tidak terjerumus ke hal-hal yang remeh temeh, atau kalau dalam bahasa kita itu ecek-ecek. Sehingga, Harian Disway yang bentuknya seperti ini itukan awalnya cetak, itu juga bentuk apresiasi kepada para jurnalis senior bahwa jurnalisme yang analitis dan gaya

bahasanya enak, kemudian *feature*, serial panjang itu masih ada, masih hidup. Walaupun sekali lagi, ketika kita membedah itu dari sisi bisnis ternyata juga berat juga, artinya 3 tahun iki jek berdarah-darah terus lo. Tidak lantas karena Dahlan Iskan kemudian gaya penulisan Harian Disway lebih mendalam lalu menjadi lebih laku gitu, ndak. Karena yang kita lawan ini adalah sesuatu yang sangat masif itu, salah satunya adalah pola membaca masyarakat yang sudah berbeda. Kalau dulu, masyarakat itu membaca *brand*, “aku langganan Kompas karena saya percaya Kompas,” “aku langganan Jawa Pos karena percaya Jawa Pos.” Karena disitu ada Jakob Oetama di Kompas, karena ada Dahlan Iskan di Jawa Pos iku ngefek. Tapi nek saiki enggak, sekarang habit pembaca itu adalah meng-*googling* isu. Misale awakmu, pengen ngerti kasus Virgoun, awakmu tinggal meng-*googling*, kasus perselingkuhan Virgoun, yang muncul adalah media-media dengan SEO (*Search Engine Optimization*) yang bagus, media-media dengan *keyword* yang bagus. Padahal, dengan penulisan gaya *feature*, *keyword*, dan SEO itu kadang-kadang susah muncul. Itu dilema nah itu akhirnya kenapa Pak Dahlan menyetujui ada versi cetak atau *e-paper* dan *online*. *Online* pun gak bisa digarap sembarangan, tetap harus berbeda dengan *online* yang lain yang hanya mengedepankan SEO, kata kunci. Lak awakdewe tetap dalam walaupun susah dicari. Wes ?

P : Gorong pak (Tertawa)

P : Terus ini kan tidak menutup kemungkinan Harian Disway, menggunakan nama abah, terus seberapa pentingnya nama abah dalam Harian Disway, kalau misalnya Harian Disway berdiri tanpa nama abah...

N : Yo gaisok, karena Harian Disway itu didirikan oleh abah yang dia melahirkan nama ini dengan namanya. Maka, tidak menutup kemungkinan bahwa nama itu akan tetap abadi walaupun abah manusia ada umurnya. Seandainya abah sudah tidak ada lagi Apakah....., iki aku tau omong-omongan ngene ambek redaksi. Abah kan wes, wes sepuh, umur ada batasnya. Seandainya abah tidak ada, apakah Harian Disway akan tetap berdiri dengan nama Disway. Jawabannya Satu, itu tergantung bisnisnya, nah bisnisnya tetap berjalan ya Harian ini akan tetap ada. Lalu kedua, apakah tetap memakai nama Dahlan Iskan? Iya, karena Dahlan Iskan di Harian Disway Atau kata “dis” di Harian Disway Itu tidak hanya merujuk pada sosok seorang Dalam Iskan Tetapi

pada gaya penulisan berita, gaya jurnalismenya nah itu, gaya penulisan yang ringan. Sehingga Seandainya pun sosok Pak Dahlan tidak ada lagi, ya namanya harus tetap ada sepanjang kita masih bisa mempertahankan ini sebagai sebuah bisnis, sepanjang kita dalam berbisnis masih menjaga spirit-spirit abah itu tadi.

P : Terus saya lihat di kantor kan banyak kayak ornamen-ornamen yang berhubungan dengan abah, mungkin saat ini kan sudah tidak kelihatan ya pak, kan dulu ada fotonya keluarganya abah di situ (sambil menunjuk halaman belakang kantor), ada fotonya abah di dalam, ilustrasi muka abah di dalam. Itu, kenapa kok banyak gitu lo pak, foto-foto abah disitu.

N : Satu, jawaban yang paling gampang ialah, yoiki mediane abah. Dua, dulu ada foto-foto disitu, terus ada mesin tiknya abah (sambil menunjuk ruangan di pojok belakang halaman kantor) jawabannya ada dua. Satu, karena dulu itu menjadi sudut *podcast*, menjadi sudut *podcast*. Kemudian dalam *podcast* itu kan butuh background, backgroundnya adalah foto-foto abah, foto-foto keluarga abah. Kemudian mesin tik itu juga menunjukkan jejak jurnalistiknya abah, yang sudah sekian lama jadi jurnalis sejak era mesin ketik sampai era laptop sampai sekarang dia mengetik pakai HP Jawabannya itu. Lalu kenapa ada lukisan-lukisan abah ? Ya simpelnya adalah lukisan itu dikasih orang. Ini misalnya, ini kan lukisan gambar abah seng barongsai iku (menunjuk lukisan dipojok ruangan, tak digantung dan menghadap tembok) iku dikei uwong, tapi abah dewe ngomong, iki ojok dipasang iki lukisan ini gitu.... Nah yang dipasang adalah lukisan yang kualitasnya bagus, sehingga tidak bisa kita pungkiri bahwa Harian Disway itu ya abah, abah itu Disway. Sehingga ketika abah menulis di blog, seringkali dia menggunakan kata ganti dirinya Itu dengan Disway. Tidak memakai kata saya, tapi Disway. Misale, “Ketika Disway mengunjungi ini,” berarti abah, “ketika Harian Disway mengunjungi ini,” berarti mereka wartawan Harian Disway. Wes?

P : Belum pak, 10 lagi, eh 10, 5 lagi pak (tertawa). Terus perusahaan media sendiri kan di zaman sekarang, itu kan mau gak mau kita dituntut untuk terus berinovasi pada produknya pak. Nah, *personal brand*-nya abah sendiri di zaman sekarang untuk berinovasi produk media Harian Diswaynya itu Apakah masih relevan pak ?, apakah masih berpengaruh begitu kuatnya pak untuk



namanya abah sendiri digunakan di zaman sekarang untuk berinovasi produknya.

N : Buktinya adalah di 3 tahun pertama ini Disway masih berdarah-darah, artinya dari sisi bisnis, nama abah itu tidak serta-merta, tidak serta-merta membuat laris, enggak. Karena *habit* pembaca itu benar-benar berubah. Tetapi, inovasi kayak pemberitaan itu semuanya masih berorientasi pada abah. Misalnya kayak penulisan, kayak peliputan, berita *feature* dan sebagainya, nah kemudian yang kita lakukan adalah mengubah cetak menjadi e-paper, itu juga inovasi. Artinya kita buat pembaca itu langsung menerima harian itu dengan rasa yang personal. Makanya kita tidak punya pelanggan Harian Disway, nggak punya, kita tidak punya *customer*, yang kita punya adalah Disway *friend and Disway family*, Itu skema berlangganan. Kemudian yang lain adalah bagaimana sosok abah benar-benar “kita jual” untuk mendekatkan Harian Disway dengan pembacanya. Caranya bagaimana? Setiap *event* didatangi abah, sertifikat-sertifikat ketika ada acara-acara yang butuh sertifikat, di-taken abah. Karena tidak bisa kita pungkiri bahwa uwong senang nompo sertifikat yang di-taken abah. Awakmu sertifikat wushu, di-taken abah opo Tomy ?

P : Pak Dahlan

N : Itu bagi sebagian orang rasanya beda, itu yang kita jual dan abah menyediakan diri. Misalnya gini, onok uwong nggawe pelatihan, onok uwong minta, bukan uwong, instansi, minta ada pelatihan jurnalistik oleh tim Harian Disway Itu de'e takok lo, “abah nanti mengisi materi apa enggak?” Ya sudah, kita.. yaudah nanti ada sesi dengan abah, tapi regone mundak loh ya. Gak apa-apa, sepanjang ada abah. Di kampus, di Malang, kampus Polinema. Itu menjalin kerja sama dengan Harian Disway untuk pelatihan jurnalistik. Itu juga mereka minta, nanti abah bisa gak? ngisi sesi *general audience* atau kuliah umum *General lecturing*. Ya kita bisa, kita kasih. Tapi kita ngomong ke dia, abah ini sudah begawan loh ya, dia itu sudah orang yang ilmunya tinggi loh, maka dia tidak akan membahas tentang bagaimana penulisan judul, terus teknik membuat *lead*. Dia nggak, udah nggak ngajar gitu, dia materinya udah spirit jurnalisisme secara garis besar.

P : Berarti emang pasarnya yang minta akan kehadiran Abah di situ pak ?

N : Iya termasuk *podcast*, *podcastnya* abah itu ada orang yang bener-bener mau membayar hanya untuk tampil di *podcast*-nya abah. Tapi kalau kamu mau memetakan ya, sebenarnya yang mau masuk ke *podcast*-nya abah itu orang yang pernah mengalami, sempat mengalami masa kejayaan abah di masa lalu, baik Sebagai wartawan, pengelola media, menteri, maupun direktur PLN. Ya rata-rata mereka usianya di atas 30-an, kalau yang muda-muda ya udah nggak ada yang tertarik. mungkin kalau masuk ke *podcast*-nya Ibra mungkin mereka udah senang.

P : (Tertawa) Berarti untuk seluruh ragam dan isi kontennya ini, semuanya berasal dari abah ?

N : Gayanya, kalau untuk ketentuan rubrikasi sendiri itu ya dari kita. Contohnya seperti kalau kita ingin ada rubrik rias, esport, kemudian ada film, itu dari kita. Hanya saja Gaya jurnalismenya yang kita masih. Abah itu pengennya kayak gimana sih, lebih dalam, akurat, berimbang, Itu yang harus kita jaga walaupun berat.

P : Oke oke, untuk gaya *feature* sendiri berarti itu maunya abah pak ? Dari abah juga ?

N :Iya abah pengen dipertahankan gaya *feature*-nya yang mendalam, walaupun banyak yang ngomong di pengalaman media online *feature* itu nggak laku, karena tidak bisa di googling, tidak bisa di search. Misalnya gini, misalnya saya adalah wartawan di Surabaya, kemudian saya menemukan bahwa di Untag itu ada mahasiswa yang sangat berprestasi umm.. Rafly Katakanlah, tapi Rafly ini sedang tidak viral. Kan nggak bisa kan. Orang-orang nggak mungkin nyari Rafly, mahasiswa yang berprestasi di Untag, kan nggak mungkin soalnya Rafly tidak viral, tapi itu tetap harus kita lakukan karena itu sesuai dengan kaidah jurnalistik menurut abah. *Feature* itu berbicara tentang kekalahan manusia, kemenangan manusia, perjuangan manusia, itu harus dimuat. Maka *feature* tentang Rafly harus tetap kita muat walaupun dia tidak viral walaupun efeknya berita itu yang baca dikit.

P : Terus selama saya megang kemarin kan pak, saya kan sempat lihat banyak itu ornamen-ornamen yang berbau Tionghoa di kantor ini pak. Terus selama saya magang kemarin, kan saya sempat mengalami kegiatan yang identik juga seperti itu kayak jadi panitia wushu, terus Koko Cici, lalu acara Cap Go Meh di kantor. Itu kenapa ya pak kok bisa identik seperti itu ?

N : Oke kalau ada kaitanya dengan abah, abah pengen itu jadi ada media yang dekat dengan komunitas Tionghoa. Pragmatisnya mungkin Tionghoa itu, mereka merupakan *businessman* dan mereka bisa kita mintain sebagai iklan di acara-acara kita, dan terbuktikan, sponsor-sponsor wushu kemarin kan kita dari Tionghoa semua. Kapal Api, terus kemudian Mark, terus ada Sinarmas. Itu kan dari Tionghoa semua Itu, pragmatisnya di situ. Tetapi, yang lain mungkin apa Ini mungkin ya kalau menurut analisisku ya mungkin karena tidak banyak media yang melayani komunitas Tionghoa itu. Sehingga Kenapa di kita ada rubrik pepatah Cina pepatah Tionghoa di halaman paling belakang, itu itu idenya abah Padahal kita dulu pakai rubrik shio, menerawang shio, itu nggak begitu ngangkat ternyata. Maka abah pengen itu, intinya abah ingin orang menjadi di orangkan. Ada satu pesan abah yang belum kita lakukan yaitu rubrik pesan obituari.

P : Apa pak ?

N : Obituari. Obituari itu adalah Berita mengenai orang-orang yang baru saja meninggal

P : Ohh, kayak yang di koran-koran itu ya pak ?

N : Iya, tapi kalau di koran-koran Itu kan iklan, tapi kalau ini itu cerita. Siapapun yang meninggal itu kita ceritakan begitu, tentu saja berbayar. Bayarnya ya tipis-tipis lah, tipis-tipis yang pasti berbayar. Nah itu menurut abah pembacanya akan banyak.

P : Berarti ada kisah hidupnya dikit gitu ya pak ?

N : Iya ada kisah hidupnya, siapapun yang meninggal. Misal tetanggaku meninggal “kamu mau tak muat di Disway ta ?, tapi ada bayarnya” “Oke

berapa biayanya ?” “500.000, 2 halaman.” daripada dia nanti beriklan di koran, muatnya kecil, biayanya 5 juta. Itu kan iklan aja, jadi foto, nama, tapi kalau di Disway itu ceritanya. Ada wacana Itu belum kita lakukan dengan konsekuen karena apa, susah nembusnya, karena orang berduka terus kita wawancara itu susah.

P : Nah kalau obituari kan identiknya sama itu ya pak, berita orang-orang Tionghoa yang meninggal Nah kalau semisal ini nanti terwujud Apakah target pasarnya juga tetap orang Tionghoa atau lebih ke umum pak ?

N : Umum, Tokoh-tokoh yang meninggal juga kita obituarikan, kalau misal tokoh-tokoh yang meninggal kan nggak perlu berbayar untuk kita tulis gitu loh. Tapi kalau orang Tionghoa kan salah satu kebutuhannya adalah untuk mengabarkan kalau ada yang meninggal. Bagi orang Tionghoa itu adalah budaya mengabarkan bahwa si ini sudah meninggal, Itu budaya, kenapa ? Karena terkait dengan ahli waris, terus utang piutang, ini orangnya sudah meninggal, oh berarti yang mau bayar hutang anak-anaknya. Anak-anaknya itu ternyata ini ini ini ini, berarti bisa menagih di sini. Pragmatisnya seperti itu.

P : Ohh begitu pak, terus menurut Pak Doan selaku wakil pemimpin redaksi sendiri, itu tulisannya abah ada peminatnya sendiri apa enggak pak ? Kayak mungkin, mereka berlangganan Harian Disway hanya untuk membaca tulisannya abah gitu.

N : Ada. buktinya apa ? berita itu kan bisa di-*trace* masing-masing traffic-nya. Itu traffic pembaca berita abah itu pasti besar. Terus, bagaimana kita bisa tahu beritanya abah itu yang baca banyak apa enggak. Kita bisa tahu dari jumlah komennya banyak, bahkan para komentator sendiri itu kerap kali menyebut diri mereka sendiri sebagai perusuh Disway, terus dibuatkan event yang datang juga banyak. Itu pernah dilakukan Desember kemarin, jadi kita buat event bagi pembaca setia tulisannya abah dan komen. Di situ kita bisa tahu Oh ternyata abah Ini masih punya penggemar

P : Terus, ini pak umm.. rubrik khusus punya abah ini kan ada karena abah punya penggemar, penikmat tulisannya sendiri, nah ini apakah masih akan tetap dipertahankan pak ?

N : Ya selama abah masih tetap menulis, rubrik itu akan masih tetap ada dan abah kan sudah membaktikan dirinya untuk tetap menulis demi jurnalisme, demi kesukaan dia. Sama seperti orang yang terbiasa menulis, jika tidak Menulis satu hari saja rasanya seperti ada yang kurang. Ya sama seperti kamu, ketika magang kan nulis setiap hari terus kalau magangnya selesai nggak nulis kayak gimana gitu.

P : Ya, saya biasanya nulis caption panjang di status Whatsapp pak (tertawa)

N : galau galau ? (tertawa)

P : Ya nggak galau lah pak, ya sudah pak sementara masih ini dulu, kemungkinan di lain waktu akan saya interview lagi untuk pertanyaan yang lebih berkembang lagi. Terima kasih pak.

**Narasumber (N) : Tomy C. Gutomo**

**Pewawancara (P) : Mochammad Rafly Akbar**

**Tanggal Wawancara : 25 Mei 2023**

**Pukul : 17.18 – 17.51 WIB**

**Lokasi Wawancara : Kantor Harian Disway, Jl. Walikota Mustajab No. 76, Surabaya**

P : Selamat sore, saat ini saya sedang berada di kantor Harian Disway. Saat ini saya sedang bersama Pak Tomy, selaku narasumber utama dalam penelitian saya kali ini. Sebelumnya Pak Tomy sendiri itu menjabat sebagai direktur utama dan pimred (Pemimpin Redaksi) media Harian Disway. Kalau Pak Tomy sendiri, sebelum menjabat sebagai direktur utama di Harian Disway, Pak Tomy sendiri Udah pernah ikut abah nggak kerjanya ?

N : Saya 17 tahun di Jawa Pos, lebih tepatnya 18 tahun ya, mulai 2002 sampai 2020. Kemudian Intens dengan Pak Dahlan itu mulai 2013, saat itu Pak Dahlan mengikuti konferensi ikut calon presiden untuk partai Demokrat menjelang Pemilu tahun 2014. Ya saya ikut mendampingi Pak Dahlan untuk membuat jaringan relawan di Jawa Timur. Sejak saat itu, saya intens untuk mendampingi Pak Dahlan ketika Pilkada. Waktu itu ya sering terlibat lah atau saya yang dilibatkan oleh Pak Dahlan.

P : Oke untuk masuk Disway sendiri pak, pertama kali kan Disway ada kan pada 4 Juli tahun 2020 ya pak, untuk pertama kali terbentuknya dan *join* Disway-nya sendiri Pak Tomy ini ditawari oleh abah atau bagaimana ?

N : Ya ketika Pak Dahlan pertama kali mendirikan Harian Disway, kemudian Saya main ke kantor ini. Waktu itu belum bergabung, itu kira-kira setengah bulan sebelumnya, pertengahan Juni lah. Kemudian waktu itu saya sedang melihat abah sedang *men-training* anak-anak jurnalis dari grup media-medianya Pak Dahlan yang ada di daerah-daerah. Semuanya berasal dari luar Surabaya, kemudian saya tanya ke Pak Dahlan Ini siapa tim redaksinya ? Saya merasa kok masih kurang begitu untuk membentuk sebuah media. Kemudian

saya ditawarkan oleh Pak Dahlan waktu itu. “Kamu mau tah ikut dengan saya ? tapi kita mulai lagi dari nol, beda dengan Jawa Pos yang sekiranya kita udah enak lah,” kayak gitu. Ya saya langsung mengiyakan, saya langsung mengurus untuk resign dari Jawa Pos, jadi saya bergabung itu pertengahan Juni, setengah bulan menjelang terbit harian Disway secara Perdana.

P : Oh oke pak, lalu di sini pak Tomy kan jadi dirut, nah itu jadi dirut dari awal kah Pak ?

N : Nggak, saya mulai 30 September tahun 2021 Jadi direktur. Pertamanya waktu itu direkturnya cuman satu. Itu namanya Pak Taufik Lamade, saya waktu itu pemimpin redaksi. Kemudian setahun setelahnya, yaitu 30 September tahun 2021, Pak Taufik mundur. Beliau memilih untuk fokus di bisnisnya pribadi, lalu saya diminta Pak Dahlan untuk maju menjadi direktur dan tetap merangkap di pemimpin redaksi.

P : Oke itu tadi sedikit perkenalan diri aja ya Pak untuk Mengisi biodata narasumber di skripsi saya. Untuk pertanyaan utamanya, di situ kan awalnya Disway hanya sebuah blog tulisan milik abah, nah itu kok bisa kepikiran untuk membentuk Disway sebagai perusahaan media ?

N : Jadi sekitar 9 Februari 2018, Pak Dahlan mulai menulis di blog yang bernama Disway, Disway Itu Dahlan Iskan Way. Waktu itu nama itu diusulkan oleh seseorang namanya Pak Joko Intarto. Pak Joko Intarto inilah yang merayu Pak Dahlan untuk kembali menulis secara rutin, bukan secara rutin melainkan kayak menulis secara sporadis di Jawa Pos. Jadi menulisnya itu sering sekali, namun tidak setiap hari. Akhirnya, waktu itu Pak Joko Intarto meminta dan membayangkan kalau Pak Dahlan itu menulis hanya seminggu sekali. Dulu Pak Dahlan itu punya rubrik sendiri di Jawa Pos, namanya itu Manufacturing hub, terus ada CEO notes, nah itu rilisnya seminggu sekali. Lalu kemudian Pak Dahlan sudah tidak aktif di Jawa Pos, namun penggemar tulisannya pak Dahlan ini masih sangat banyak, akhirnya Pak Joko Intarto ini merayu Pak Dahlan untuk membuat website untuk tulisannya sendiri. Akhirnya, Pak Dahlan pun menyanggupi dan “oke nama websitenya apa ?” kepada Pak Joko. Langsung dijawab oleh Pak Joko “Disway, Dahlan Iskan way,” lalu Pak Dahlan langsung setuju dengan nama itu, dan akhirnya dibuatlah blog itu. Pak

Dahlan nggak mau seminggu sekali, maunya setiap hari, yang akan rilis setiap jam 04.00 pagi. Kenapa kok setiap hari ? Ya karena itu Pak Dahlan ingin mendisiplinkan dirinya sendiri, menantang dirinya sendiri, itu kan butuh komitmen yang cukup besar. Lah Setiap hari membuat tulisan dengan apa ya, klasifikasi A. Lalu akhirnya terbitlah 9 Februari 2018, waktu itu bertepatan dengan hari pers nasional. Ternyata semakin, pembacanya semakin banyak, waktu itu masih pakai server di luar belum punya server sendiri, benar-benar seperti orang bikin blog biasa gitulah. Setelah itu loadnya semakin banyak akhirnya Pak Joko Intarto angkat tangan sampai servernya itu Down. Sampai di tahun 2019 blog Disway.id ini diserahkan oleh pihak DBL, diurus oleh mereka ternyata pembacanya ini juga semakin banyak lagi Dan biayanya juga membengkak, bahkan biayanya ini sama aja dengan kita bikin portal berita sendiri. Ya udah sekalian aja kita bikin media kita, bisa sekalian untuk cari uang gitu. Memang awalnya kan blog itu kan tidak untuk bisnis ya, akhirnya dibikinlah media, jadi untuk mendampingi blognya Pak Dahlan yang Disway.id itu, dibikinlah Harian Disway cetak yang terbit di 4 Juli 2020 itu. Kemudian ya akhirnya mulai 2021 yang *blog* tadi kita jadikan portal berita beneran, jadi portal berita sampai sekarang Disway.id sudah berkembang, kita bikin jaringan mulai 2022 namanya Disway *National Network*. Jadi, ada media-mediana Pak Dahlan di daerah-daerah itu yang sebenarnya jumlahnya ada 132 media, yang 85 itu online. Nah, yang online ini kita integrasikan di Disway.id, mereka jadi *sub domain*-nya Disway.id. Mulai *start* di ranking 150an besar nasional ya Disway.id itu 2022 awal itu, sekarang sudah sekitar ranking 23 nasional itu berdasarkan Similarweb.com, sudah menyalip Jawapos.com. Disway itu kekuatan baru di media nasional dan cetaknya akhirnya kemudian tidak bisa *survive* secara biaya kertas terus naik, biaya sirkulasinya juga tinggi. Akhirnya kita mengalihkan ke *e-paper* mulai akhir 2022, dan ini sudah mulai stabil lah, akhirnya *e-paper*-nya jalan, *online*-nya jalan.

P : Oke pak, terus kalau yang saya baca pak dari *about us*, di *website*-nya Disway. Itu kan, alasan terbentuknya Harian Disway itu karena Pak Dahlan merasa mempunyai hutang budi kepada jurnalis saat ini. Nah, itu maksudnya bagaimana pak, hutang budi yang dimaksud oleh Pak Dahlan itu ?



N : Ya, jadi disini saya masih terkecoh sebenarnya. Ini Pak Dahlan mendirikan Disway ini, dulu Pak Dahlan ketika masih di Jawa Pos awal-awal tahun 80an awal itu kan juga berdarah-darah lah, seperti awal awalnya Disway juga. Dari oplah yang sangat kecil kemudian bisa ratusan ribu itu berdarah-darah, dan kemudian karyawan-karyawannya yang awal-awal, yang saat itu masih belum bisa menikmati gaji yang layak, fasilitas yang layak, itu kan keburu pensiun, ketika Jawa Pos sudah besar, mereka sudah pensiun. Sehingga mereka yang sudah pensiun saat itu bisa dibilang kurang sejahtera lah hidupnya karena memang saat itu Jawa Pos juga belum besar. Ya kalau sudah besar gini yang bisa menikmati ya seperti generasi saya, di atas saya dikit gitu.

P : Udah putus harapan dulu ya pak mungkin ?

N : Ya karena udah gak mungkin secara usia gitu lo, nah Disway ini inginnya ketika besar nanti diharapkan oleh Pak Dahlan nanti ketika sudah bisa untung, sudah besar *revenue*-nya, nanti bisa untuk membantu lah, mantan-mantan karyawannya Pak Dahlan di Jawa Pos zaman susah dulu. Itu, hutangnya Pak Dahlan maksudnya itu. Mereka kan punya organisasi namanya Cowas, *Konco Lawas*, begitu. Jadi Pak Dahlan ini gamau cari uang disini, secara pribadi. Jadi nanti, keuntungannya Pak Dahlan, bagiannya beliau akan dialokasikan ya untuk Cowas itu.

P : Owhhh, ok ok pak. Lalu untuk.. Saya ingin membahas mengenai logonya pak, logo Harian Disway sendiri. Itu kan sekarang kalau saya lihat hanya tulisannya saja pak, warna merah dan hitam bertuliskan Harian Disway. Kalau dulu, saya sempat *menangi*, saya sempat lihat ada ilustrasi wajah abah disitu. Nah, itu kenapa kok bisa kepikiran untuk memberikan ilustrasi wajah abah disitu ?

N : Jadi, abah itu kan sebenarnya, ikon buat Disway. Bahwa, tanpa Pak Dahlan, Disway belum bisa seperti sekarang. Jadi, yang kita jual di publik ya figurnya Pak Dahlan itu, ini jaminan mutunya ya Pak Dahlan itu karena media ini dibentuk oleh Pak Dahlan. Karena ya media ini dibuat oleh tokoh pers nasional yang masih eksis lah, ada Pak Dahlan, ada Goenawan Mohamad, tapi secara produktifitas ya Pak Dahlan yang sekarang paling produktif lah.

P : Nah, itu untuk pembuatan logo yang menggunakan wajah Pak Dahlan sendiri yang mencetuskan siapa ? Pak Dahlan sendiri atau ada saran dari orang lain ?

N : Logo itu, dulu dari DBL yang bikin, tapi bukan yang ini. Dulu itu mereka bikin D, I, koma, S, *way* (Di'sway). Setahun pertama itu logonya itu, itu karena kita masih *blog* makanya dibuatkan logo itu oleh DBL, dan logo itu juga baru ada di tahun 2019 ketika ulang tahun pertamanya blog Disway.id. Kemudian, ternyata banyak orang yang sulit membaca Disway itu, ada yang menyebutnya koran DI, macam-macam pokoknya versi membacanya, dan itu nggak ada yang sesuai, jadi secara *brand* itu berantakan, kita memasarkannya juga susah. Akhirnya, ini harus dibuat tegas, ya digantilah menjadi Disway, ini yang bikin logonya Nathania. Waktu itu ada 5 desain yang disepakati oleh Pak Dahlan, dan beliau memilih yang ini.

P : Selanjutnya, kalau penggunaan nama Dahlan Iskan sendiri, apakah itu sangat penting dan berpengaruh bagi Disway ? Kalau semisal nggak ada embel-embel nama Dahlan Iskan, apa sekiranya Disway bisa sampai seperti sekarang ?

N : Ya, itu berkah dan beban ada nama Pak Dahlan disitu. Bebannya kalo ini jadinya nggak ok kan gimana, ini tokoh media besar gitu ya. Tapi ya, itu yang bisa buat kita lari cepat, karena kita mengenalkan ini Disway orang bisa tahu “ohhh ini punyanya Dahlan Iskan,” Harian Disway itu sebelum awal-awal terbentuk kita buka langganan, kita promosikan dulu sebelum ini terbit. Orang begitu penasaran seperti apa produknya Pak Dahlan yang terbaru ini, jadi kita langsung punya 5 ribu pelanggan sebelum terbit. Artinya, orang sudah percaya dengan kualitasnya Dahlan Iskan, ya pengaruhnya paling besar, karena kita bisa masuk ke kalangan pengusaha..., swasta..., karena mereka melihat sosok Dahlan Iskan. Kalau kita tidak ada sosok Dahlan Iskan ya bisa, tapi butuh waktu yang lebih panjang. Jadi kalo kita mau ketemu direktur perusahaan A ya bisanya masih ketemu staff apa dulu, baru beranjak, gabisa langsung ketemu. Tapi, kalo kita mau ketemu direktur perusahaan A, kita bilang dari timnya Pak Dahlan Iskan mereka sangat *welcome*.

P : Berarti, kehadiran sosok Dahlan Iskan di Harian Disway sendiri itu ya sangat penting ya pak bagi perusahaan. Oke, lalu saya tanya mengenai banyaknya ornamen/ hiasan yang berhubungan dengan Dahlan Iskan di kantor. Nah itu kok bisa banyak sekali dipasangkan dekorasi seperti itu pak ? dekorasi yang berkaitan dengan abah.

N : Ya karena perusahaan ini didirikan oleh Pak Dahlan. Jadi Pak Dahlan disini itu bisa dibilang jadi sosok, jadi profil yang dimana roh dari perusahaan ini sendiri ya Pak Dahlan ini. Jadi Pak Dahlan tidak hanya sebagai pemimpin, namun juga guru bagi para jurnalis, tidak hanya di Disway, tapi juga di seluruh Indonesia, gitu. Jadi ya, kita ingin menghadirkan Pak Dahlan, sebagai roh dari media ini.

P : Ok pak, lalu tadi sosok Dahlan Iskan kan sangat penting bagi perusahaan. Bisa juga jadi mempermudah sebagai perusahaan yang baru saja dibuat. Kemudian, mengenai perkembangan produknya sendiri pak, sebagai sebuah perusahaan kita kan harus dituntut untuk terus berinovasi mengenai produk, harus ada apa yang baru, kita sesuaikan dengan *market*-nya sekarang bagaimana. Nah, itu apakah sosok Dahlan Iskan masih relevan terhadap perkembangan produk yang ada di sini pak ?

N : Sebagai *awareness*, iya, tapi sebagai *revenue*/ pendapatan, itu ternyata merupakan sesuatu yang berbeda. Terkait dengan iklan, sponsor itu masih berpengaruh, cuma kan itu tidak bisa jangka panjang. Orang pasang iklan, orang pasang sponsor karena kenal Pak Dahlan, itu mungkin hanya 2-3 kali, gamungkin terus-terusan. Kita harus memegang model bisnis yang *sustainable*, makanya untuk bisnis di era digital kita harus mengembangkan digital *revenue*. *Revenue* itu nilainya besar sekali, tak terbatas, hanya saja caranya kita dapat itu yang kita harus banyak belajar, saya juga masih belajar. Teman-teman disini juga banyak yang berasal dari cetak, dulunya gatau apa itu SEO (*Search Engine Optimization*), gatau apa itu *keyword*, *long tail keyword*, *crawl*, kita pelajari semua. Makanya, sampai hari ini, ini saya sudah 2 hari ikut forum yang mempelajari tentang sistem digital di Indonesia itu untuk mengembangkan digital *revenue*. Itu banyak sekali, dan saya perlu belajar mengambilnya itu, itu yang utama. Jadi, memang semua kita lakukan lah. Selain produknya kita jaga, kita juga punya divisi *event*, bahkan kita sekarang

punya perusahaan *event* sendiri, namanya PT. Disway Bikin Acara yang melayani *event* apapun, percetakan juga kita kembangkan, menerima cetakan diluar koran. Lalu, yang terkait *publisher* juga kita juga bikin buku mungkin untuk kepala daerah yang menjelang akhir periode, dengan maksud untuk menyampaikan *legacy-nya*, kita lakukan semua. Itu untuk model yang non-digital *revenue*, nah sekarang kita sedang fokus untuk yang digital *revenue*, bagaimana programatik itu yang seperti ada *adsense-nya* itu lagi fokus ke situ. Sekarang sih kalo Disway.id dari Google *ads-nya* itu ya kira-kira sudah bisa 30an juta sehari.

P : Untuk sekiranya yang fokus bisnis lain, kayak *event* yang tadi itu berarti sudah beda itu ya pak, beda yang megang ?

N : Iya, PT. DBA (Disway Bikin Acara) itu bisa dibilang sebagai anak perusahaannya PT. Disway Rumah Berita.

P : Konten-konten di Harian Disway ini kan bisa dibilang cukup banyak pak, rubrik-rubriknya juga, ada olahraga, Halaman utama, Internasional, lalu tulisannya abah sendiri. Terus, belum konten digitalnya juga, di Tiktok, di *Podcast* Youtube juga. Nah, itu yang menentukan mengenai ragam kontennya itu abah atau ada saran dari orang lain ?

N : Kalau *podcast* iya tamu-tamunya pasti menurut persetujuan Pak Dahlan lah, tidak semua narasumber dia mau. Meskipun dia mau bayar pun nggak semua mau diterima, tapi bagaimana distribusinya, bagaimana itu bisa menghasilkan, abah udah nggak terlibat. Jadi, kalau media sosial, abah udah nggak terlibat sama sekali. Itu, saya pun juga hanya memberikan kontrol saja, tapi kalau medsos ya sudah diserahkan ke teman-teman yang disitu, dan masih mahasiswa kan.

P : Kalau dari gaya beritanya sendiri, itu manut abah pak ?

N : Iya, dari abah kalau itu.

P : Berarti abah punya kualifikasi sendiri pak mengenai berita apa yang harus dimuat oleh Harian Disway sendiri ?

N : Intinya, gayanya Pak Dahlan ini kan gaya yang bercerita, kemudian kalimatnya tidak panjang-panjang, banyak kutipan juga sehingga pembacanya diajak seakan-akan terlibat dalam situasi di tempat wawancara itu, ya itu yang kita kembangkan. Makanya, sebagian besar editornya kan sudah pernah diajar oleh abah langsung ketika masih di Jawa Pos. Itu sebagai pembeda dengan media lainnya, seperti itu.

P : Ok, lalu untuk Harian Disway sendiri itu kenapa sih kok banyak sekali lebih fokus ke komunitas Tionghoa, bisa dilihat juga dari kontennya sendiri, terus ada rubriknya yang pepatah Tiongkok (Cheng Yu) di halaman terakhir, terus kalo ada *event* kita biasanya ya *wushu*, terus ada Koko Cici, nah itu kenapa pak ?

N : Ya, karena Pak Dahlan ini sangat dekat dengan komunitas Tionghoa, dan termasuk di tokohkan juga sama komunitas Tionghoa. Sehingga, karena hubungan itu lah kita tetap mempertahankan pertemanan dengan komunitas Tionghoa. Jadi, di antara pengusaha-pengusaha Tionghoa Pak Dahlan juga sangat dihormati, itu yang pertama. Yang kedua dan penting, karena mereka inilah yang perekonomian di Indonesia, yang punya duit lah. Sehingga, ketika kita bisa berinteraksi baik dengan mereka, bisa dekat, jadinya mereka ya juga tidak segan... Kalau ada *event* juga mereka ikut, kalau ada *slot* iklan juga mereka mau beriklan. Ini memang dari sisi ekonomi, pendapatan memang menguntungkan. Idealismenya lagi kita ingin menunjukkan lah, bahwa sosok Pak Dahlan ini medianya adalah media yang plural, sangat menghargai pluralisme. Makanya, komunitas Tionghoa ini menjadi teman.

P : Terus, menurut bapak sendiri sebagai Dirut, tulisan abah sendiri ini punya peminat khusus nggak diantara pelanggan Harian Disway ? misalnya gini, “aku mau langganan Disway cuman karena ingin baca tulisannya abah aja.”

N : Iya, iya, jadi pelanggan Disway *e-paper* sendiri rata-rata sebagian besar adalah *die hard*-nya Pak Dahlan, mereka tetep pengen baca tulisannya Pak Dahlan setiap hari, juga produknya Disway. Namun, tetap mereka bacanya di *online*, Disway.id itu. Tulisannya Pak Dahlan itukan biasanya *upload* jam 4 pagi, nah *traffic* media ketika pagi itu biasanya turun, baru ada itu biasanya

siang, jam-jam 9 ke atas, itu baru naik. Nah, justru ketika *traffic* itu turun, Disway bisa naik dari pagi ya karena ada tulisannya Pak Dahlan. Jadi, kalau kita lihat di komentar postingan tulisannya Pak Dahlan itu, orang malah berebut untuk menjadi yang pertama komen, istilahnya biasanya “pertamax” itu. Itu kan, pembaca loyalnya seperti itu. Tulisannya Pak Dahlan itu setiap hari tidak kurang dari 1 juta orang yang baca di *online*, itu hanya pagi nanti akan turun sekitar jam 8 jam 9. Maka dari itu, banyak pembaca organik, baca langsung dari *website*-nya. Selebihnya, baru dari orang yang *nge-share* postingan itu, tapi rata-rata mungkin 30% yang jadi pembaca organik dan mengunjungi *website*-nya tiap pagi, jadi ya pengaruhnya besar. Karena sistem algoritma di Google itu menginginkan *traffic* itu stabil dalam 24 jam itu. Banyak media yang kesulitan untuk nyari konten pagi (subuh) yang orang mau baca, rata-rata media lain konten sepagi itu ya berita-berita kemarin yang di *review* lagi, di goreng lagi. Nah, kehadiran Pak Dahlan itu ya jadi *traffic*-nya bertahan di stabil.

P : Baik pak, untuk sekarang sekian dulu sesi wawancaranya. Saya harap Pak Tomy menyanggupi untuk sesi wawancara yang akan datang dengan pertanyaan yang sudah saya kembangkan dari jawaban saat ini. Terima Kasih Pak Tomy.

N : Iya, sama-sama

**Narasumber (N) : Dahlan Iskan**

**Pewawancara (P) : Mochammad Rafly Akbar**

**Tanggal Wawancara : 12 Juni 2023**

**Pukul : 07.21 – 07.40 WIB**

**Lokasi Wawancara : Kediaman Dahlan Iskan, Ketintang, Surabaya**

P : Ok, sekarang tanggal 12 Juni, tahun 2023, hari Senin. Saya sedang berada di kediaman Dahlan Iskan untuk melakukan wawancara mengenai penelitian skripsi saya mengenai pemanfaatan *personal brand* Dahlan Iskan dalam membentuk produk media Harian Disway. Yang pertama, saya kan sempat japri juga ke Pak JTO/ Joko Intarto, nah saya juga sempat baca-baca tulisannya beliau yang judulnya itu “Nostalgia Disway,” itu yang memberikan ide pertama kali untuk membentuk Disway emang Pak Joko?

N : Betul

P : Nah, itu kan saya sempat baca yang ada percakapannya itu lo pak, mengenai kayak, awalnya abah itu nggak mau, terus sempat kayak dibilangin kalo wartawan itu yang tua kebanyakan pada stroke soalnya udah ga nulis lagi, nah itu entah konteksnya serius atau guyonan

N : Betul!!, itu bener, 80% benar.

P : Nah, itu akhirnya abah setuju itu memang ada alasan lain, atau bagaimana abah?

N : Nggak ada alasan lain, saya betul-betul. Begini, ciri-ciri orang intelektual itu adalah harus jujur sejak dari pikiran, harus independen sejak dari pikiran. Saya renungkan omongan Mas JTO itu, saya pikir dia omongannya betul. Disamping, saya melihat juga siapa yang ngomong, karena yang ngomong itu Pak JTO, dan saya selama ini *respect* dengan Pak JTO dalam pengertian, omongannya tidak ngawur, omongannya itu sudah dipertimbangkan. Memang dia pernah jadi anak buah saya, tapi kalau semisalnya itu jelek, pasti dia juga nggak mau mengusulkan itu. Nah, saya

mempertimbangkan karena ide ini datang dari Pak JTO ya saya terima, karena saya cenderung percaya juga kepada orang-orang yang memang bisa dipercaya.

P : Oke, baik abah. Lalu dulu kan waktu pertama kali terbentuk kan Disway.id itu kan hanya sekedar tulisan yang *website blog* yang isinya hanya tulisannya abah aja. Nah itu kenapa sih kok bisa berevolusi menjadi sebuah perusahaan media ?

N : Karena saya konsisten menulis itu dan saya tidak peduli dengan apakah pasar menerima atau tidak karena saya punya idealisme tersendiri, punya maksud tersendiri maka saya konsisten tiap hari menulis, dan karena konsisten dan mempertahankan kualitas maka “kok pembacanya banyak?” Setelah pembacanya banyak, kemudian ada beberapa teman mantan wartawan yang harus juga eksis karena mereka sudah enggak punya media dan mereka datang ke saya bagaimana kalau membangun media dengan nama Disway, ya saya silahkan. Jadi bukan kehendak saya, tetapi karena teman teman ini harus bekerja, ya teman-teman mantan wartawan yang dulu juga mantan anak buah saya itu harus bekerja. Kemudian, karena ada ide itu maka ya sudah kita bikin media sekaligus kita pengen mencoba juga media masih bisa hidup enggak di tengah *online* yang begini hebat ini, begitu. Jadi, membuat perusahaan dalam pengertian untuk mendapatkan laba, bagi saya tidak, sama sekali tidak. Karena apa ? karena di perusahaan media yang baru itu saya kan hanya memegang 2% (saham), ya yang 98% kan karyawan. Nah, 2% itu pun sekedar karena ini masalah sejarah kemudian 2% itu juga karena untuk menjaga agar kelangsungan perusahaan ini terjamin. Karena kalau 98% betul-betul diserahkan kepada karyawan kemudian mereka bertengkar, kemudian mereka pecah, kemudian mereka kesulitan, kan bisa gagal begitu, karena dalam perjalanan kan bisa saja terjadi pertengkar dan seterusnya. Tapi dengan adanya 2% saham saya maka saya bisa menjadi semacam penjamin untuk kelangsungan media itu, meskipun juga harus ada penyesuaian-penyesuaian jadi, berarti sama sekali tidak ada motif bisnis, karena kalau motif bisnis pasti saya mayoritas, 2% kan enggak ada artinya.

P : Lalu waktu pertama kali membentuk Harian Disway kan selalu ditekankan bahwa ini tuh bukan koran ya, kenapa kok berpikir kalau ini bukan



koran abah? Maksudnya, aku mau bikin Harian Disway, ini bukan koran. Pertamanya gimana abah ?

N : Karena kesimpulan di masyarakat kan sudah ada, bahwa koran ini akan mati. Sehingga kalau kita menyebut ini koran, berarti kita sudah tahu ini akan mati, begitu. Dengan kita menyebut ini bukan koran, saya berharap bahwa masyarakat “ oh ini bukan koran” begitu pertama. Kedua, bentuknya kan memang bukan koran bentuknya kan memang kayak majalah gitu. Tapi, ternyata memang zaman enggak bisa dilawan dalam hal online ini akhirnya kan kita juga harus online. Tapi, setidaknya kita sudah mencoba untuk melawan keadaan itu dan berdarah-darah juga, dan ya sekarang harus online.

P : Ok, lalu, abah ini punya strategi tersendiri enggak sih bah untuk menyatukan personal brand-nya abah dengan Harian Disway, soalnya kan saya kemarin sudah wawancara Pak Doan juga, Pak Doan sempat berbicara kalau abah menulis, misal Harian Disway pergi ke tempat ini, itu seperti abah yang pergi itu kan menyatukan antara abah dan Harian Disway.

N : Saya tidak ada konsep yang ilmiah tentang personal brand, menjadi corporate brand itu saya enggak ada, ini berjalan aja, begitu. Nggak ada kalau semisalnya, ini sebuah strategi, nggak ada. Ini strategi, atau ini punya brand desain apa, ini nggak ada, ngalir aja. Bahwa teman-teman mau bikin media, kemudian kalau media ini baru dikendalikan oleh orang-orang yang tidak dikenal ya pasti, nasibnya akan jelek sehingga bagaimana supaya media ini diterima kemudian mereka dulu juga anak-anak buah saya, kemudian mereka bilang menggunakan personal brand saya, ya silakan begit. Jadi, lebih pada yang mengalir tadi karena enggak ada apa strategi ini personal brand menjadi corporate brand menjadi apa nanti, nggak ada.

P : Lalu abah sendiri kan terkenal dekat dengan Komunitas Tionghoa, begitu juga dengan produk Harian Disway yang sekarang produk medianya juga banyak juga yang berorientasi kesana. Nah, itu kenapa sih bah? Apakah Harian Disway mengikuti abah atau bagaimana ?

N : kalau itu sih ya agak mendasar, dan itu sudah saya lakukan sejak di Jawa Pos, bahwa ada riset kecil-kecilan lah saya lakukan pribadi bahwa pelanggan jawa pos itu siapa sih? Pasti pelanggan Jawa Pos itu orang yang

punya uang, nggak mungkin orang nggak punya uang berlangganan koran. Karena langganan koran itu kan mahal. Nah, berarti yang punya uang adalah yang bisa berlangganan koran. Memang ada beberapa yang memaksakan berlangganan koran, meskipun uangnya pas-pasan karena saking tuntutan intelektualitas atau tuntutan pengen maju atau apa itu luar biasa, tetapi itu jumlahnya tidak banyak. Karena kalau kita riset itu lebih dari 60% persen itu pembacanya itu Tionghoa. Karena apa ? Bukan, bukan itu karena dia yang punya uang. Misalnya begini, saya pernah ke toko sepeda, saya melihat toko sepeda itu ada koran, di taruh di atas di rak akses gitu. Saya tanya, “sudah langganan Jawa Pos?” “Apa pak Jawa Pos ?” Padahal Jawa Pos sudah terkenal sekali ini, ini Tionghoa ini, terkenal sekali. “Loh itu lo pak, aku langganan koran aja gapernah tak baca.” Ditaruh di atas “apa itu ?” “Surabaya Pos” Surabaya Pos sudah merosot tapi ada masih langganan, begitu dan enggak dibaca. Karena ya, karena punya uang aja gitu. Karena bagi dia, bagi dia uang langganan itu enggak ada artinya, tapi bagi pegawai negeri, bagi umumnya orang pribumi, itu kan uang besar gitu. Ini contoh konkret sekali ya yang saya temukan, nah terus kapan bacanya koran ? nanti pak kalau ada teman telepon memberi tahu ini saudara kita meninggal atau ada teman kita meninggal, baru dia buka. Bukan baca berita baca iklan duka cita itu baru dia baca buka koran. Oh iya begini begini gitu secara itu, setelah itu nggak pernah baca. Setelah itu, saya pikir ini basis pembaca, yang secara korporat ini menguntungkan sekali. Tetapi, suara orang-orang Tionghoa itu tidak pernah, sangat kecil diekspresikan di media. Padahal katanya media itu saluran aspirasi masyarakat, lo ini ada aspirasi yang tidak disalurkan begitu, hanya karena semua wartawan pribumi, semua wartawan Islam, jauh begitu, sehingga tidak tahu ada aspirasi apa di sana, bukan tidak mau, bukan wartawannya tidak mau meng-aspirasikan golongan Tionghoa. Enggak tahu, enggak tahu, enggak bergaul, enggak ngerti, begitu. Sehingga enggak ada niat “enggak mau, ini berita Tionghoa,” sebetulnya nggak ada begitu. Maka, saya punya strategi di Jawa Pos waktu itu, ayo kita aspirasikan Tionghoa ini. Dia ini pembaca terbesar kita loh, masa pembaca terbesar kita aspirasinya tidak pernah kita tampung, itu sudah ada sejak di Jawa Pos. Sehingga, Jawa Pos kuat sekali, bahkan nanti, Jawa Pos itu koran terakhir yang mati, saking kuatnya. Kenapa saking kuatnya? Ya karena, orang nggak baca, tapi kan bayar dia. Meskipun nggak baca kan bayar, orang-

orang seperti itu lah pelanggan-pelanggan terakhir Jawa Pos, dan karena itu Jawa Pos nggak mati-mati. Kuat sekali karena kita masuk ke segmen Tionghoa dan pembaca itu. Tapi kalau uangnya pas-pasan pasti dia berhenti berlangganan, sekarang bisa dapat di online kok, gratis lagi, apa saja ada. Tapi, bagi orang-orang seperti itu, nggak berhenti dia, karena, lah dia nggak pernah lihat kok. Kalaupun dia ditagih bayar ya, ini cuman uang kecil. Nah, itu saya teruskan di Harian Disway, diteruskan sama teman-teman di Harian Disway, begitu. Jadi, ini kasus marketing yang sebetulnya agak sensitif untuk diungkap, tapi ini real, orang marketing nggak melihat.

P : Ok, selanjutnya, abah sendiri sadar nggak sih kalau penggunaan nama abah di Harian Disway itu, berpengaruh terhadap keberhasilan dan pertumbuhannya Harian Disway ?

N : Mungkin, karena latar belakang saya seperti itu, mungkin ya saya percaya aja lah. Karena banyak yang ngomong begitu, tetapi saya tidak memaksakan kalau teman-teman nggak mau pakai ya silahkan. Jadi, bukan saya yang mengharuskan pakai nama saya. Silahkan teman-teman kalau mau pakai nama saya silahkan, kalau tidak juga enggak apa-apa, asal hidup, jangan sampai emosi enggak mau menggunakan nama saya tapi enggak hidup, kan ya nggak ada gunanya.

P : Kalau misal Harian Disway sendiri lahir tanpa nama abah, kira-kira bisa nggak sampai saat ini ?

N : Namanya Disway?

P : Enggak, mungkin nama yang lain. Kan kalau Disway itu identiknya sama abah.

N : Kalau media cetak mungkin nggak bisa lagi. Saya aja yang menggunakan nama saya ya nggak bisa akhirnya. Tetapi, kalau media baru, tanpa nama saya, dan media itu online, apakah bisa hidup? Bisa. Tergantung internalnya, tergantung modalnya, tergantung kontennya, seperti apa. Beri aja konten gosip itu pasti hidup (tertawa). Bahwa itu, artinya apa bagi bangsa, bahwa itu bukan saja tidak membangun bangsa, tapi merusak bangsa, itu

urusan lain. Tapi, kalau hidup, ya hidup lah. Tapi kalau yang serius, kemudian idealistik, itu nggak bisa hidup.

P : Oke, kalau Harian Disway sendiri ini punya keunggulan yang beda nggak sih pak dengan produk media yang serupa/ kompetitornya ?

N : Itu yang saya harapkan dari awal, setidaknya harus beda. Setidaknya, perbedaan itu adalah, Harian Disway bisa menjadi apa yang saya sebut sebagai *clearing house* media, *clearing house* berita. *Clearing house* itu begini, ini kan berita benar dan tidak benar itu kan sekarang enggak bisa, enggak bisa diketahui lagi. Foto yang sudah seperti benar ternyata tidak benar. Berita yang, persis seperti benar, ternyata tidak benar. Nah, ini kan kacau sudah mana yang benar, mana yang tidak benar, ini sudah kacau. Nah, maksud saya Harian Disway bisa menjadi *clearing house*, *clearing house* itu bisa menjadi pedoman bagi masyarakat. Jadi, kalau ada berita yang seolah-olah benar sekali, dan meluas di masyarakat yang sebetulnya tidak benar, itu Disway harus meng-*clear*-kan, itu sebetulnya seperti apa. Itu belum sepenuhnya bisa, tapi nanti harus ke sana, supaya ada makna mengenai kehadiran Harian Disway.

P : Berarti, seperti harapannya Harian Disway kedepannya ?

N : Bukan hanya kedepan sebetulnya, sejak sebelum didirikan. Tapi kan, yang melaksanakannya teman-teman, itu kan kerja keras yang belum tentu mau semua orang kerja keras. Tapi, itu selalu yang saya ingatkan. Kemudian, bisa menyumbang sedikit, di bidang pengkayaan Bahasa Indonesia, karena Bahasa Indonesia itu kan bahasa baru yang boleh di kata dibanding misalnya dengan Bahasa Jawa, itu kan masih lebih miskin bahasanya, dibanding Bahasa Inggris apalagi, dibanding Bahasa Mandarin, itu miskin sekali. Nah, itu bagaimana Bahasa Indonesia bisa lebih kaya, misalnya, menggunakan “nya” dan “nyi” anda tahu. Membedakan antara “ia” dan “dia” itu biarpun orang nggak biasa, kita paksakan terus. Karena, misalnya tulisan saya di baca teman-teman saya yang di Amerika, yang di Hongkong, yang di Singapura. Itu, dia sulit membedakan yang mengatakan ini laki-laki atau perempuan. Karena, Google menerjemahkannya kan sembarangan aja, sembarangan dalam pengertian memang Bahasa Indonesia kan tidak mengenal “*he*” dan “*she*”, tidak mengenal “*her*” dan “*his*”, begitu. Nah, itu Bahasa Indonesia kalau tidak segera

memperkaya diri, nanti malah gabisa jadi bahasa dunia. Karena, kalau Bahasa Indonesia di *translate* ke Bahasa Inggris kan kacau. Misalnya, *his* menjadi *her*. Mestinya *he* dalam bahasa Inggris menjadi *she*, kan sulit, begitu. Nah, saya pengen suatu saat, nanti di akui di kamus Bahasa Indonesia, kemudian diresmikan, kemudian Google akan berpedoman pada itu. Sekarang, Google masih belum, tapi kita mau paksakan terus.

P : Oke, berarti “nya” dan “nyi” itu bikin abah ya?

N : Iya, itu pikiran saya lah. Supaya Bahasa Indonesia bisa jadi bahasa dunia. Dan menjadi bahasa dunia itu sekarang, itu nggak harus dipakai oleh orang seluruh dunia. Tapi, ketika diterjemahkan itu tidak salah.

P : Oke, siap, lalu untuk inovasi produknya sendiri bah di Harian Disway...

N : Kalau itu saya sudah nggak ikut, saya sudah nggak ikut.

P : Oh abah sudah nggak ikut, tapi kalau untuk inovasi produknya sendiri bah, perlu bilang dulu nggak sih ke abah. “Saya mau bikin ini bah” ?

N : Nggak, jauh dari itu, enggak

P : Berarti, terserah Pak Tomy sama teman-teman Disway ya bah?

N : Iya, saya sudah tua, sudah 72 tahun, udah nggak boleh sampai sejauh itu.

P : Lalu untuk personal brandnya Dahlan Iskan sendiri, untuk nama besar yang sudah melekat di namanya abah. Itu, mempengaruhi nggak sih bah keputusan pembaca dalam berlangganan Harian Disway ?

N : Nggak tahu, anda tanya pembaca, saya nggak tahu

P : Oh begitu, udah itu saja sih bah.

N : Oke makasih.

### Lampiran 3. Bukti Cek Plagiasi Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA  
LABORATORIUM OTODAERAH  
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

---

SURAT KETERANGAN  
Nomor: 548/K/LOD/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP  
NPP : 20110170735

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Mochammad Rafly Akbar  
NBI : 1151900079

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.


Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 16 Juni 2023  
Kepala Lab. Otda,

Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

## Lampiran 4. Kartu Bimbingan Skripsi



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
 Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi  
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fsip@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Mochammad Ratly Akbar  
 NBI : 1151900079  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom  
 Dosen Pembimbing II : Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom

Judul Skripsi : Pemanfaatan Personal Brand Dahlan Iskan pada Media Hariun Disway  
~~dalam Pembentukan brand~~  
 dalam Membentuk Protokole Packa  
 Media Hariun Disway

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	16-03-2023	Saran dan Perbaikan Mengenai Cara Mempermudah teori yang cocok Untuk Penelitian	✓ <i>Maula</i>	
2	29-03-2023	Saran dan Perbaikan Pembahasan latar belakang - Perbaikan Rumusan latar, teori, dan formulasi penelitian selanjutnya		✓ <i>F</i>
3	29-03-2023	Saran dan Perbaikan mengenai teori dan latar belakang	✓ <i>Maula</i>	
4	2-05-2023	Saran dan Perbaikan Mengenai teori	✓ <i>Maula</i>	
5	4-5-2023	Acc DMB 2-3, Lanjut ke Acc Guide Interview	✓ <i>Maula</i>	✓ <i>F</i>
6	10-5-2023	Acc Guide Interview dengan sedikit revisi		✓ <i>F</i>
7	5-6-2023	Bimbingan Bab 4 : Penambahan Nomor, Revisi cara pemrosesan data	✓ <i>Maula</i>	



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm  
Gedung : F.101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw. 159. Email : [fisip@untag-sby.ac.id](mailto:fisip@untag-sby.ac.id)

**KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
8	9-6-2023	Perbaikan bab 4		
9	13-6-2023	Acc Skripsi		

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal: 19 Juni 2023

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Maulana)

(M. Nur Rizki)







## Lampiran 7. Lembar Perintah Revisi Penguji 3

PROGRAM STUDI ILPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Mochammad Rafly Akbar

NIM : 1151900079

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023

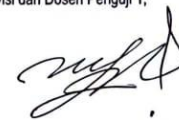
Catatan Perbaikan:

- Review penelitian terdahulu
- Urutkan awal mula pembentukan produk media di  
dunya - Inovasi saat ini dg personal bahan laka
- Podcast - Instagram & Tiktok
- Facebook dan pembentukannya di jaman
- Ekonomi Media Tambahkan.

Surabaya, 26 Juni 2023  
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan,

  
( Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA )

Revisi dari Dosen Penguji 1,

  
( Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA )

## Lampiran 8. Lembar Hasil Turnitin

rand\_Dahlan\_Iskan\_dalam\_Membentuk\_Produk\_Media\_Hari...

### ORIGINALITY REPORT

<b>7</b> %	<b>7</b> %	<b>3</b> %	<b>4</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>Submitted to Academic Library Consortium</b> Student Paper	<b>3</b> %
<b>2</b>	<b>disway.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>3</b>	<b>Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar</b> Student Paper	<b>&lt;1</b> %
<b>4</b>	<b>repository.iainpurwokerto.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>5</b>	<b>perwiraindonesia.com</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>6</b>	<b>jbasic.org</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>7</b>	<b>www.indopos.co.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>8</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>9</b>	<b>docplayer.info</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %

10	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
11	vdocuments.site Internet Source	<1 %
12	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
13	eprints.ui.ac.id Internet Source	<1 %
14	Anderson. Encyclopedia of Activism and Social Justice Publication	<1 %
15	core.ac.uk Internet Source	<1 %
16	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
17	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  Off

Exclude bibliography  On