



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

INTERAKTIVITAS MEDIA BARU:
STUDI KASUS PADA TEMPO.CO

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Ananda Christie

13140110364

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MUTIMEDIA JOURNALISM
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
“INTERAKTIVITAS MEDIA BARU:
STUDI KASUS PADA TEMPO.CO”

oleh

Ananda Christie

telah diujikan pada hari Senin, 30 Januari 2017, pukul 12.00 s.d. 14.00 WIB

dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Veronika, M.Si.

Rony Agustino Siahaan, M.Si.

Dosen Pembimbing

Albertus Prestianta, S.I.Kom., M.A.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul “INTERAKTIVITAS MEDIA BARU: STUDI KASUS PADA TEMPO.CO” adalah benar karya saya sendiri, bukan merupakan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, lembaga lain, dan/atau semua penelitian yang menjadi sumber rujukan dalam penelitian ini. Semua karya ilmiah yang dirujuk pada penelitian ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan pada lembar Daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan dan/atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan ini, saya secara sadar bersedia menerima konsekuensi TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang Selatan, 10 Februari 2017

Ananda Christie

LEMBAR PERSEMBAHAN



UMMN

KATA PENGANTAR

Struggle is real. Itulah pernyataan yang tepat untuk menggambarkan penelitian ini. Kesulitan bukan hanya mengenai proses penulisan laporan, tapi juga mewakili perjuangan subjek penelitian dalam membangun interaktivitas yang disimpulkan pada hasil penelitian.

Skripsi berjudul “Interaktivitas Media Baru: Studi Kasus Pada Tempo.co” diajukan sebagai syarat menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Universitas Multimedia Nusantara. Terlepas dari tujuan akademik, proses penelitian ini memberikan banyak sekali pembelajaran hidup bagi penulis. Skripsi bukan melulu mengenai Indeks Prestasi, melainkan proses pendewasaan diri dan mengasah penulis menjadi pribadi yang lebih sabar, berani, tekun, dan yakin (*faith*).

Tentunya, penelitian ini tidak bisa berjalan baik tanpa ada dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kebesaran-Nya dan berkat-Nya yang tanpa henti. Penulis juga hendak berterima kasih kepada berbagai pihak atas pencapaian yang belum sempurna ini. Terima kasih kepada:

1. F.X. Lilik Mardjianto, M.A., Ketua Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara dan juga dosen Seminar Proposal Skripsi penuli yang memberikan banyak masukan dan bimbingan dalam proses penulisan

2. Albertus Prestianta, M.A. atas bimbingan dan dukungan (ilmu dan moril) dari hari pertama penulis merancang hingga akhirnya mampu menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih, Mas Abeng.
3. TEMPO Media: Burhan Sholihin, Elik Sutanto, Wahyu Dhyatmika, Yosep Suprayogi, Philipus Parera, Adam Firdaus, Ai Mulyani, Karina, dan seluruh pihak yang saya tidak bisa sebutkan satu per satu. Terima kasih atas sambutan dan dukungan baik tim TEMPO hingga akhirnya saya mampu melakukan dan menyelesaikan penelitian ini. Semoga hubungan baik yang terjalin bisa terus terjaga.
4. Papi Gono, Mami Lusi, Tantra dan Hanella atas dukungan moril dan pengertian selama penulis menyelesaikan penelitian ini.
5. Anmaria R. Nina Milawati.. tanpa tindakanmu, aku tidak akan seperti sekarang. Terima kasih.
6. Kevin Hartanto. Hey, I did it! Words can't describe how lucky, happy, grateful, overwhelmed I am to have you as my partner. Thank you, Kev.
7. Teman-teman 'Bye, Sahabat Miskin!' yang telah mengarungi dunia perkuliahan bersama. Kalian telah mengajarkanku apa arti persahabatan yang sesungguhnya. Aku yakin kita akan sukses bersama. #2017bertoga!
8. Fey Zheng dan Lani Diana yang membantu penulis mendapatkan kontak-kontak narasumber.
9. Teman seperjuangan: Jessica Angela, Calista, Dea Andriani, Olive Kusnadi, dan semua teman-teman Jurnalisme 2013.

10. Pak Kum-Kum atas seluruh buku, bacaan, dan obrolan yang membuat penulis menyadari indahny hidup. I'm blessed. Thank you.

Terakhir.. Terima kasih sudah membaca penelitian ini. Semoga bermanfaat.

Terima kasih, Skripsi. *Kau mendewasakanku..*

Tangerang Selatan, Februari 2017

Ananda Christie

UMN

ABSTRAK

Interaktivitas Media Baru: Studi Kasus Pada Tempo.co

Oleh: Ananda Christie (13140110364)

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memberikan pengaruh terhadap penurunan jumlah pembaca media cetak. Teknologi yang bervariasi dan kemudahan mengakses internet membuat pergeseran pola konsumsi dari media konvensional ke media daring. Perusahaan media pun dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital agar mampu bertahan dalam persaingan pasar media. Media baru menuntut adanya integrasi konten dan interaktivitas dengan pengguna, di mana hal tersebut merupakan topik penting yang membedakan media analog (linear) dan media baru (media digital).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Tempo.co membangun interaktivitas media baru. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Media Baru, Computer-Mediated Communication, Jurnalisme Online, dan Interaktivitas Media Baru versi McMillan dan Hwang (2002). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan mengadaptasi model studi kasus instrumental Stake. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan Elik Susanto (Redaktur Eksekutif Tempo.co), Wahyu Dhyatmika (Redaktur Pelaksana Pusat Peliputan Tempo), Yosep Suprayogi (Kepala Pengembangan Produk Digital Tempo.co), dan Handy Dharmawan (Kepala Mobile dan Web Developer Tempo.co); observasi langsung; dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan Tempo.co masih terus membangun dan mengembangkan interaktivitas media baru sesuai dengan karakteristik Tempo.co. Terdapat hambatan dalam membangun interaktivitas media baru pada Tempo.co dikarenakan faktor budaya kerja media cetak yang masih mengakar.

Kata Kunci: Tempo.co, Media Baru, Jurnalisme Daring, Interaktivitas.

ABSTRACT

New Media Interactivity: Case Study on Tempo.co

by: Ananda Christie (13140110364)

The development of information and communication technology influence the lowering of printed media readers. Varied of technology and ease of Internet access shift the consumption pattern from conventional media to online. Media companies are required to adapt with the development of digital technology in order to survive the media market competition. The new media requires content integration and user interactivity, which are important topics to differ analog media (linear) with new media (digital media).

This study aims on figure how Tempo.co build their new media interactivity. Theory and concepts used in this study are New Media Theory, Computer-Mediated Communication, Online Journalism, and McMillan and Hwang (2002) version of New Media Interactivity. This study uses qualitative approach and is adapting Stake's instrumental case study model. Data collection technique used is interviews with Elik Susanto (Tempo.co Executive Editor), Wahyu Dhyatmika (Tempo.co Managing Editor of Reporting Center), Yosep Suprayogi (Tempo.co Head of Digital Product Development), and Hardy Dharmawan (Tempo.co Head of Mobile and Web Developer); direct observation; and literature studies.

This study concludes that Tempo.co is still in a process to build their new media interactivity with Tempo.co's characteristic. The inhibitor factor in optimizing Tempo.co's interactivity is the entrenchment of printed media working cultures.

Keywords: Tempo.co, New Media, Online Journalism, Interactivity.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian	9
BAB II KERANGKA TEORI / KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Teori dan Konsep yang Digunakan	15
2.3. Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	35
3.2. Metode Penelitian	38

3.3. Key Informan dan Informan	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data	44
3.5. Teknik Keabsahan Data	48
3.6. Teknik Analisis Data	51
BAB IV ANALISA DAN HASIL PENELITIAN	58
4.1. Subjek Penelitian	58
4.2. Hasil Penelitian	61
4.3. Pembahasan	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1. Kesimpulan	126
5.2. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	134
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	170

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1. Fakta Pengguna Internet di Indonesia (2016)	3
Gambar1.2. Situs Tempo.co.....	7
Gambar 2.1. The Three C's of Convergent Media.....	18
Gambar 4.1. Logo Tempo.co	58
Gambar 4.2. Rapat Revamp Tempo.co	67
Gambar 4.3. Kalender Pelatihan Tempo Institute 2017	71
Gambar 4.4. Kanal Indonesiana	73
Gambar 4.5. Offline Event: Diskusi Debat Cagub DKI.....	77
Gambar 4.6. Promblematika Kolom Komentar	80
Gamabr 4.7. Ragam Kanal Tempo.co	85
Gambar 4.8. Kanal Cantik Tempo.co.....	86
Gambar 4.9. Distribution Channel Line News.....	89
Gambar 4.10. Web Desktop dan Mobile Desktop Tempo.co	90
Gambar 4.11. Mobile Apps Tempo.co.....	90
Gambar 4.12. Bank Data dan Indeks Berita Tempo.co.....	92
Gambar 4.13. Native Ads pada Tempo.co	93
Gambar 4.14. Grafis Interaktif Fitur Indikator Tempo.co	94
Gambar 4.15. Video Meningkatkan Time On Site Tempo.co	103
Gambar 4.16. Komunikasi Antar Pembaca di Kolom Komentar.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis Terdahulu	12
Tabel 2.2. Estimated Internet Hosts Worldwide	14

The logo of Universitas Muhammadiyah Negeri (UMMN) is a large, light blue circular emblem. Inside the circle, there is a stylized representation of a building or a series of interconnected squares and rectangles, suggesting a modern architectural style. Below the circle, the letters 'UMMN' are written in a bold, light blue, sans-serif font.

UMMN

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran oleh Penulis.....	34
Bagan 3.1. Analisis Data Kualitatif.....	53



UMMN