



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai macam pola komunikasi dan proses penyebaran informasi yang beredar pada masyarakat saat ini memiliki dampak pada pesatnya perkembangan teknologi. Tidak dapat dipungkiri pada era globalisasi saat ini, kebutuhan akan informasi bisa dengan cepat dikonsumsi oleh masyarakat. Informasi – informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat tidak berkuat pada media - media konvensional seperti media cetak berupa koran dan majalah, atau media elektronik yaitu radio atau televisi, tetapi juga dihadapkan dengan hadirnya media baru (*new media*).

Hadirnya media baru membawa perubahan pesat pada masyarakat. Melalui kemudahan ini, ruang dan waktu tidak menjadi halangan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi yang mereka inginkan, selain itu tidak terlepas adanya bentuk peranan internet. Media baru di Indonesia berkembang pesat.

Menurut Maryadi Seperempat penduduk Indonesia sudah mengenal internet dari lima tahun terakhir. Infrastruktur yang semakin meluas, terjangkau dan selalu berkembang menjadikan pengakses internet terus meningkat hingga mencapai 55,23 juta orang ditahun 2011, yang sebelumnya pada tahun 2010 yang mencapai 42,16 juta orang. Maka dari itu, keberadaan internet memberikan suatu keleluasaan yang baru pada masyarakat dalam berbagi informasi dengan siapapun dan kapanpun (dikutip dalam Margiyanto dan Syaefullah, 2006, p.V pengantar).

Konsep media baru memiliki suatu pandangan awal yang diartikan sebagai media interaktif yang tidak terlepas menggunakan suatu perangkat dasar yaitu komputer. Kehadiran media baru memberikan suatu pengertian terhadap pandangan yang luas. (Croteau,1997, p.12) mengungkapkan bahwa adanya kemunculan media baru memberikan inovasi teknologi yaitu bidang media yang berupa televisi kabel, satelit, teknologi fiber optik dan komputer. Hadirnya teknologi ini, memberikan suatu kemudahan bagi para pengguna dengan interaktif, sehingga menghasilkan suatu dampak baru bagi produk media secara beraneka ragam dengan menentukan pilihannya.

Pada media baru (Ward, 1995, p.279) melakukan pengelompokan secara spesifik dan terlihat sangat bervariasi melebihi kelompok media tradisional. Ward membagi media baru yang berhubungan dengan berita dan yang tidak. Selain itu, (McQuail, 2011, p.127) membagi media baru menjadi empat kategori.

1. Adanya media komunikasi interpersonal yang meliputi dari telepon, telepon genggam, dan *e-mail*.
2. Adanya media bermain interaktif meliputi komputer, video game, permainan dalam internet.
3. Adanya media pencarian informasi meliputi portal / *search engine*.
4. Penggunaan internet sebagai media untuk pertukaran informasi, saling berbagi, pendapat, pengalaman dan menjalin suatu hubungan sehingga menimbulkan afeksi dan emosional terhadap

penggunaan komputer yang termasuk dalam media partisipasi kolektif.

Selain itu, McQuail juga berpendapat bahwa media baru merupakan wadah yang menampung seluruh pesan komunikasi yang terdesentralisasi. Pesan tersebut didistribusikan melalui satelit yang memaksimalkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, sehingga keterlibatan para audiens dalam melakukan suatu proses komunikasi menjadi mudah dan terjangkau.

Hadirnya media baru tentu tidak dapat menggeser media lama atau tradisional dengan mudah, walaupun memiliki bentuk dan fungsi yang berbeda. Rogers (1986, p.2) memberikan pengelompokan pada era perkembangan teknologi komunikasi bahwa dengan adanya media baru, media tradisional tidak mudah untuk digeser karena memiliki karakteristik masing – masing yang dibutuhkan masyarakat sebagai sumber informasi.

Kehadiran media baru memberikan karakteristik yang berbeda dengan media – media yang sudah ada sebelumnya. Hal ini (Lister,dkk., 2009, p.3) menjelaskan bahwa media baru memiliki karakteristik yaitu digital, interaktif, hypertextual, virtual, jaringan, dan simulasi.

Jurnalisme merupakan kegiatan untuk memberikan pemenuhan informasi kepada khalayak masyarakat luas melalui pengumpulan data, penulisan, penyuntingan, dan penyebaran berita. Adapun media yang ada yaitu dapat berupa media cetak maupun media elektronik. Internet pada era globalisasi sekarang ini membuat informasi tidak hanya didapatkan melalui media cetak seperti majalah

dan surat kabar ataupun elektronik seperti radio dan televisi, tetapi juga menjadi media interaktif yang berguna sebagai sarana penyedia berbagai informasi termasuk ada di dalamnya yaitu berita.

Masyarakat dapat memilah dan memilih berita sesuai dengan beragam informasi yang disuguhkan oleh Jurnalisme Online. Semakin banyaknya sumber berita yang menjadi penyedia sumber informasi bagi khalayak, menjadikan media-media konvensional cetak maupun tayang melirik jurnalisme online sebagai sarana baru penyebaran berita milik mereka (Friedman, L. Thomas, 2006, p.194). Kesadaran dari media ini juga didukung dengan arus aktifitas keseharian masyarakat kaum urban akan tuntutan berita yang akurat, cepat, dan *mobile* (tidak terbatas ruang dan waktu).

Dengan fenomena jurnalisme online yang seperti pedang bermata dua, khalayak dituntut untuk dapat lebih selektif terhadap pengelolaan berita, sehingga sesuai dengan manfaatnya untuk menjadi referensi berita yang terpercaya.

Hadirnya media baru memberikan dampak pada praktek jurnalistik, media baru memberikan pengaruh yang mengakibatkan adanya jurnalisme online. Karakteristik media baru menjadi hal yang paling utama dalam penerapan jurnalisme online. Generasi baru pada dunia jurnalistik ditandai dengan kehadirannya media online sebagai salah satu media baru yaitu dengan kemunculan jurnalisme online. Jurnalisme online merupakan generasi ketiga setelah jurnalisme cetak dan elektronik.

Perkembangan media online berjalan sejajar dengan makin meratanya

internet di tiap pelosok Indonesia, maka dari itu beberapa perusahaan media massa yang mulai merambah menjadi media *online* diantaranya: Detik.com, Merdeka.com, Tempo.com, Tribunnews.com, Republika.co.id, Goal.com, Kompas.com dan masih banyak lainnya, baik yang berupa forum online, atau berformat seperti koran online.

Perkembangan peradaban menjadikan pemilik modal berupaya memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan secara praktis dalam berbagai hal. Adanya perkembangan teknologi berimbas pada perkembangan media yang tidak dapat dipisahkan dari bidang komunikasi.

Situs berita merupakan pengaplikasian desain media online dalam praktik jurnalistik modern. Situs berita atau portal informasi merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses mendapatkan berbagai fitur yang tersajikan oleh teknologi *online* dan berita didalamnya.

Kontennya yang disajikan merupakan perpaduan layanan interaktif yang berkaitan dengan informasi secara langsung, antara lain pencarian artikel, tanggapan langsung, forum diskusi dan sebagainya. Kegiatan dalam jurnalisme itu sendiri pada intinya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas informasi, sedangkan media yang digunakan saat ini sudah beralih dari media konvensional ke media baru / media online. Kemudahan ini menjadikan jurnalis mampu berkerja cepat dengan adanya media internet tersebut. Selain berita yang ditampilkan bersifat aktual pesan yang disampaikan dikemas secara menarik dan interaktif.

Terdapat perbedaan dalam pengelolaan media sebelumnya dengan media jurnalisme online, gaya penyampaian yang memikat dan isi yang mendalam merupakan cara dalam penyajian koran dan majalah. Dalam penyajian media jurnalisme *online* ada beberapa hal yang harus diperhitungkan. Suara, gambar dan teks harus dapat berdampingan secara harmonis dengan bayangan dunia yang memiliki dimensi tanpa batas merupakan cara pekerja media jurnalisme online.

Media jurnalisme online memiliki cara pengelolaan yang berbeda dengan media konvensional sebelumnya. Dalam media cetak seperti koran dan majalah, para pekerja selalu menekankan pembahasan yang mendalam dan penyampaian yang memikat. Kemudian, dalam media jurnalisme online ada hal yang mesti diperhitungkan, yaitu para pekerja jurnalisme online, harus memiliki kemampuan untuk melihat dimensi tanpa batas, dimana suara, gambar dan teks dapat berdampingan dengan harmonis.

Melanjutkan bahwa media online juga memiliki kesamaan dengan medium lain. Namun, karena menggunakan medium internet, ada beberapa kelebihan, seperti informasi bisa didapatkan seketika, terdapat interaktifitas, *hyperlinks text* sebagai sumber informasi dan tidak tergantung pada jadwal siar dan periodesitas seperti pada surat kabar (terbit pagi atau sore). Bahkan menurut penulis media online di Indonesia yang berbasis pada lembaga yang sudah mapan dan lebih menunjukkan kemajuan yang sangat luar biasa, tidak sekedar cetak yang di online-kan, dengan begitu dapat dikatakan sebagai medium komunikasi, isi berita telah dirancang khusus untuk media web, seperti apa yang dikatakan Pavlik (1998, p.31). Revolusi media semakin maju dengan hadirnya situs berita sebagai

narasumber dan bukan lagi bersifat komplementer, tetapi namun bersinergi dengan isi siaran, telekomunikasi (infrastruktur dan jaringan), dan komputer sehingga mampu menghadirkan jurnalisme online dengan perspektif multimedia.

Secara radikal berita *realtime* pada era 1990-an mampu menaklukkan ruang dan waktu. Ternyata hal ini berpengaruh besar dalam industri penerbitan pers cetak. Proses saat itu menjadi lebih singkat, seperti halnya dalam proses *gathering information* tidak melewati penerbitan pers, namun berlangsung melalui *brokers* yang ada di internet. Informasi dapat ditampilkan dan diperbarui dalam sekejap, sedangkan informasi dalam media cetak, membutuhkan waktu satu hari untuk proses *gathering information*, melakukan desain layout, dan selanjutnya di cetak. Kemudian dalam berita online, dapat pula menampilkan berita *straight news* dan *breaking news* yang singkat dan padat, namun dapat selalu diperbarui.

Jarak dan waktu bukan lagi menjadi kendala di dalam internet. Hal ini tentu menjadi pemicu bagi perkembangan berita elektronik (E-News) itu sendiri. Format Hypertext Markup Language (HTML) dalam teknologi internet digunakan untuk mempublikasikan isi berita (News) secara digital, sehingga pembaca dapat mengakses dari komputer dengan cepat dan seketika pada halaman *web* (web pages).

Tapi untuk membuat sebuah situs portal media menjadi situs yang banyak dikunjungi oleh pengguna internet, situs tersebut tidak hanya baik dari tampilan luar saja. Portal media yang dijadikan sebagai media pemasaran harus dibangun dengan kaidah-kaidah yang benar, sehingga situs internet tersebut menjadi media

pemasaran yang optimal. Salah satu kaidah-kaidah yang baik dalam membangun sebuah portal media sebagai media pemasaran adalah bagaimana isi dari portal media tersebut terindex dengan baik di mesin pencari.

Berdasarkan hal tersebut, Indonesia memiliki berbagai macam media online / situs berita online yang terpopuler diantaranya Detik.com, Merdeka.com, Brilio.net, Kapanlagi.com, Okezone.com, Tempo.com, Tribunnews.com, Republika.co.id, Viva.co.id, Goal.com, Kompas.com dan Kompasiana.com dan masih banyak lainnya.

Perusahaan media *online* di Indonesia salah satunya adalah Tribunnews.com merupakan situs berita online Indonesia yang bertempat di Gedung Group of Regional Newspaper Kompas, Jalan Palmerah Selatan No.3 Jakarta Pusat. Tribunnews.com memiliki tagline “Berita Terkini Indonesia”. Tribunnews.com dikelola oleh PT Tribunnews.com *Digital Online*, yang merupakan divisi koran daerah milik Kompas Gramedia (*Group of Regional Newspaper*). Tribunnews.com menyajikan berita regional, nasional, Internasional, bisnis, ekonomi, olahraga, selebriti dan hiburan (*lifestyle*).

Peneliti melihat hal yang menarik terhadap salah satu media online menurut hasil peringkat yang diperoleh dalam salah satu website ternama yaitu *Alexa.com*, Tribunnews.com menempati peringkat nomor 4 di Indonesia, dan menjadi peringkat nomor 1 sebagai portal media online.

Gambar 1.1 Posisi ke 4 peringkat Tribunnews.com pada Alexa.com pada 1 April 2018

Site	Daily Time on Site	Daily Pageviews per Visitor	% of Traffic From Search	Total Sites Linking In
1 Google.com Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers... More	8:55	8.82	2.40%	3,166,341
2 Google.co.id This guide will introduce you to all the different ways you can use Google Talk. ... The Google... More	6:34	5.79	1.70%	20,633
3 Youtube.com User-submitted videos with rating, comments, and contests.	9:33	5.48	8.80%	2,459,114
4 Tribunnews.com TRIBUNNEWS.COM :: Berita Terkini Indonesia Diterbitkan TRIBUN- Network "The National's Loca... More	7:07	3.94	28.60%	32,967
5 Detik.com detikcom is pioneer online media company in Indonesia, provides the most updated & comprehe... More	10:53	4.87	9.90%	81,620
6 Yahoo.com	4:29	3.94	5.40%	560,741

Sumber: <https://alexa.com/topsites/countries/ID>

Alexa.com memiliki pengertian pada *Alexa Rank* secara terminologi adalah nama situs yang memberikan berbagai informasi mengenai kualitas situs lain ataupun website maupun blog, dan *rank* berarti ranking atau peringkat. Dapat dikatakan *Alexa Rank* adalah suatu proses penilaian terhadap suatu situs website atau blog berdasarkan tolok ukur tertentu, antara lain jumlah trafik pengunjung atau kualitas konten yang dimiliki.

Situs yang paling sering dikunjungi dalam mesin pencarian pada bulan April 2018 atau selama 3 bulan terakhir di Indonesia menurut *Alexa.com* diduduki oleh *Google.com* sebagai website mesin pencari dengan peringkat pertama, diikuti dengan peringkat kedua oleh *Google.co.id*, selanjutnya

Youtube.com sebagai portal video dengan peringkat ketiga, kemudian Tribunnews.com sebagai portal media online yang menduduki posisi keempat dan berisi berbagai macam sumber informasi dan berita.

Berdasarkan hasil peringkat tersebut, peneliti melihat bahwa peringkat pertama dalam portal media online di Indonesia yang masuk dalam 5 besar situs atau portal yang sering dicari atau dikunjungi oleh masyarakat di Indonesia tertanggal 1 April 2018 adalah Tribunnews.com yang merupakan portal milik perusahaan dalam negeri dan memiliki peringkat tertinggi diantara media online lainnya. Ini menjadi suatu hal yang menarik bagi peneliti melihat begitu banyak situs media online yang kian menjamur di Indonesia dan dapat digunakan sebagai bahan untuk diteliti. Melihat perkembangan dimana setiap media berlomba untuk menghasilkan suatu berita disetiap detikanya, mengenai berbagai macam kejadian yang berada disetiap sudut belahan dunia, peneliti hendak melakukan penelitian dengan fokus melihat strategi yang dilakukan oleh redaksi Tribunnews.com dalam menjadikan media onlinenya menjadi peringkat pertama dalam jajaran situs / portal media yang paling sering dikunjungi.

Untuk menganalisis tersebut, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi literatur, wawancara langsung dengan redaksi Tribunnews.com dan juga mengumpulkan dokumen yang diperoleh saat melaksanakan penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang telah dirumuskan oleh penulis menjadi fokus penelitian yang akan diteliti sebagai berikut:

Bagaimana analisis strategi portal media Tribunnews.com dalam meningkatkan *web traffic*/kunjungan situs sehingga menjadi portal media no.1?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, pertanyaan penelitian yang peneliti ajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran Tribunnews.com sebagai media *online* dan menjalankan jurnalisme pada era digital sebagai media baru?
2. Bagaimana Tribunnews.com dalam mengoptimisasi *Search Engine* dan SEO sebagai strategi dalam meningkatkan peringkat di Alexa.com?
3. Bagaimana Tribunnews.com menggunakan media sosial sebagai saluran dalam meningkatkan peringkat *website* di Alexa.com?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi secara optimal strategi portal media Tribunnews.com dalam meningkatkan *web traffic*/kunjungan situs sehingga menjadi portal media no.1.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian sendiri terbagi atas tiga jenis yakni:

a) Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan berguna untuk keilmuan jurnalistik dalam hal menjabarkan strategi dan mengoptimalkan portal media melalui analisa dalam studi kasus sebuah perkembangan media baru terutama media online sebagai pengembangan ilmu komunikasi, khususnya bagi pengembangan penelitian yang berbasis kualitatif yang diperoleh pada penelitian ini. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi rekomendasi dan literatur mengenai strategi mengoptimalkan dan pemanfaatan kunjungan situs dalam portal media online.

b) Kegunaan Praktis

Sedangkan untuk kegunaan praktisnya, penelitian ini diharapkan mampu membantu khalayak memahami bagaimana strategi perubahan informasi dalam penyampaian suatu berita keseluruh lapisan masyarakat dapat dilakukan dengan begitu mudah melalui media baru. Selain itu, melihat perkembangan media yang mampu menghadapi perkembangan jaman yang begitu pesat dalam hal mengabarkan berbagai peristiwa-peristiwa penting. Melalui media baru ini.

c) Kegunaan Sosial

Selain kegunaan akademis dan praktis, penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan dalam segi sosial. Peneliti mengharapkan mampu memberikan pandangan kepada khalayak bahwa media online pemberitaan di Indonesia memiliki kemampuan yang baik dalam pengelolaan media online, sehingga patut untuk menjadi acuan dalam pemilihan berita yang aktual.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan sebagaimana mestinya dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Faktor dana yang dimiliki oleh peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini sangat terbatas.
2. Waktu yang disediakan key informan dalam pelaksanaan untuk menyelesaikan penelitian ini terbatas, sehingga kurang efektif dan harus melakukan penjadwalan secara terus menerus.
3. Keadaan saat wawancara mengganggu peneliti dalam pengambilan dokumentasi dikarenakan suasana ramai di tempat redaksi.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA