



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.

**Model Bisnis Portal Berita Baru:
Studi Kasus pada Perusahaan Portal Berita *Online*
Tirto dan Rappler**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Ahmad Bijakharisman

13140110154

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA JOURNALISM
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Model Bisnis Portal Berita Baru:

(Studi kasus Pada perusahaan Portal Berita Online Tirto dan Rappler)

Oleh

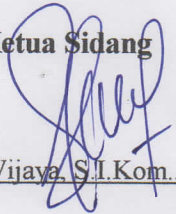
Ahmad Bijakharisman

Telah diujikan pada hari senin, tanggal 7 Agustus 2017,

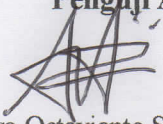
pukul 11.30 sd 13.00 WIB dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut:

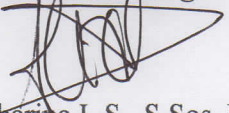
Ketua Sidang


Lupita Wijaya, S.I.Kom., M.A.

Penguji Ahli


Adi Wibowo Octavianto, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing


Camelia Catharina L.S., S.Sos. M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Ahmad Bijakharisman

NIM : 13140110154

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

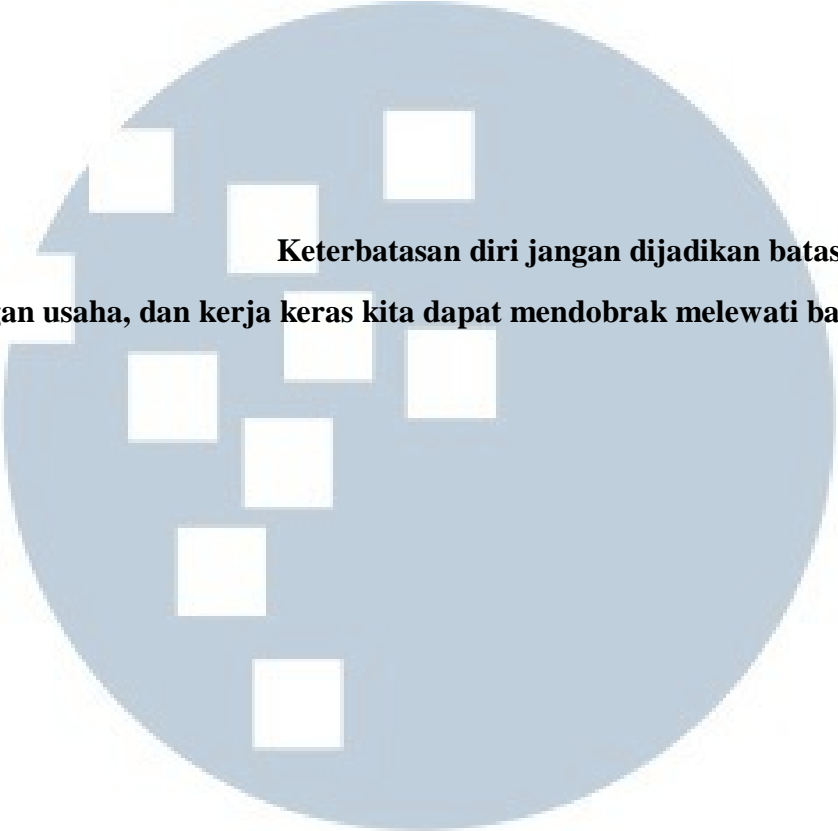
Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh. Dan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh siap dicabut.

Tangerang, Juni 2017



Ahmad Bijakharisman

HALAMAN PERSEMBAHAN



**Keterbatasan diri jangan dijadikan batasan untuk maju,
Dengan usaha, dan kerja keras kita dapat mendobrak melewati batasan yang ada.**



**Jerih payah skripsi ini saya persembahkan untuk semua orang yang terlibat
dan untuk semesta.**

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

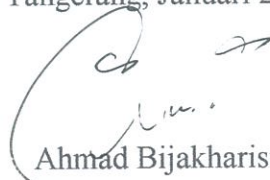
Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Skripsi ini diajukan guna melengkapi pendidikan Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara dan orang-orang yang turut mendukung terbentuknya penelitian ini:

1. Camelia Catharina L.S., S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi. Terima kasih atas bimbingan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Pak Adi dan Bu Lupita selaku ketua siding dan dosen penguji yang telah memberikan arahan, saran, dan masukan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini.
4. Orang tua penulis yang senantiasa mendukung baik secara materi maupun non materi.
5. Dwinita Mardiani dan Pijar Rafif Argani yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
6. Mas Sapto Anggoro dan emba Uni Lubis, mas Qowi selaku informan yang berbaik hati untuk dilibatkan di dalam proses pembuatan skripsi ini.
7. Teman-teman satu bimbingan Tsarina Maharani, Alif Gusti, Rita, Bela, yang saling membantu dalam pembuatan skripsi dan saling menyemangati satu sama lain.
8. Teman – teman penulis, Akmal Azadine, Dennis Tumiwa, Tommy, Aryo, Hakim Irsadi, Donny Fernando, dan Semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penyusunan laporan magang ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Tangerang, Januari 2017



Ahmad Bijakharisman

Model Bisnis Portal Berita Baru:
(Studi kasus Pada perusahaan Portal Berita *Online* Tirto dan Rappler)

ABSTRAK

Oleh: Ahmad Bijakharisman

Media baru muncul seiring dengan perkembangan yang pesat di bidang teknologi komunikasi. Konsep sederhana dari media baru ialah sebuah media interaktif yang bekerja menggunakan perangkat dasar sebuah komputer atau gadget. Media baru muncul diakibatkan inovasi teknologi dalam bidang media seperti televisi kabel, satelit, teknologi optic fiber dan komputer, dengan demikian para pengguna media baru dapat membuat pilihan terhadap informasi yang ia inginkan atau membuat suatu produk media secara beragam

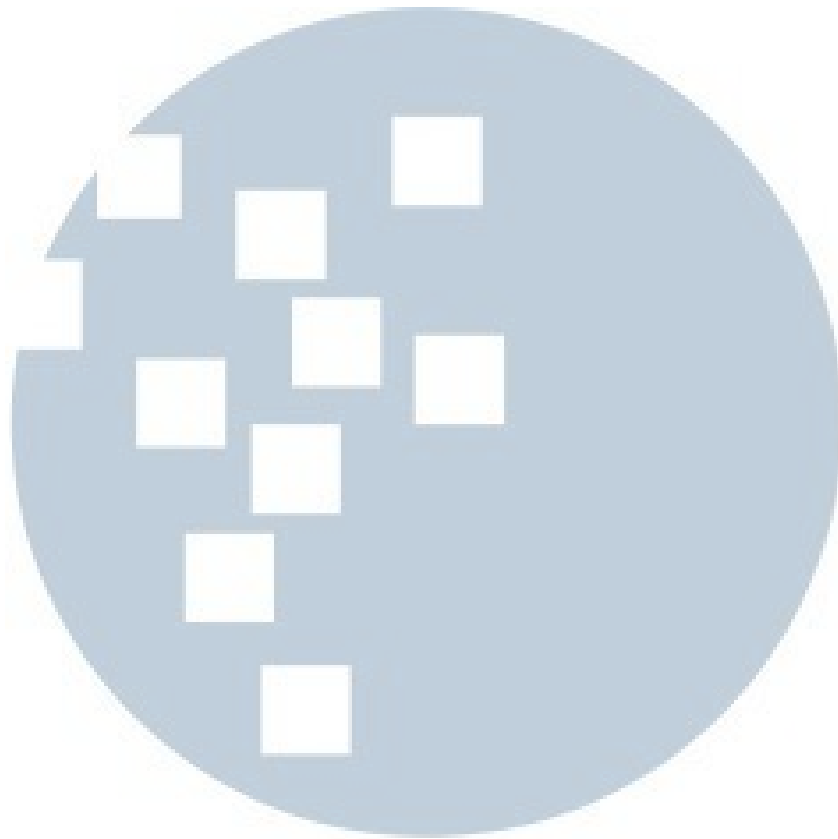
Portal berita *online* menjadi salah satu bagian dari media baru. Definisi dari portal berita *online* yaitu berupa platform yang mengacu pada sistem informasi yang berisikan pemberitaan atau informasi, bertujuan untuk disebarluaskan kepada khalayak yang terhubung dengan perangkat komputer.

Peningkatan pengguna membuat peluang bisnis yang sangat besar untuk menggarap sektor portal berita *online*. Mulai 2008 banyak portal *online* bermunculan seperti KapanLagi.com, MalesBanget.com pada 2011, dan beritagar.co.id pada 2015. terdapat dua media *online* yang baru berdiri yaitu Rappler Indonesia pada 2015 dan Tirto pada awal 2016, kedua portal berita *online* baru ini menjadi objek di dalam penelitian ini.

Untuk dapat bersaing antara portal berita *online* yang ada, perusahaan portal berita *online* harus memiliki model bisnis yang sesuai dengan perkembangan *platform* media yang ada. Karena model bisnis cukup penting dalam keberlangsungan berdirinya portal berita *online*. pada penelitian ini peneliti melihat model bisnis dari empat aspek yaitu model konten, model distribusi, model pemasaran dan model pendapatan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti memfokuskan penelitian kepada model bisnis portal berita *online*. Peneliti tertarik untuk tahu model bisnis seperti apa yang diterapkan oleh portal berita *online* untuk bersaing menghadapi portal berita *online* lainnya.

Kata Kunci: Model Bisnis, Media Baru, Portal Berita *Online*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah	8
1. 3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA TEORI	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2. Teori dan Konsep	14
2.2.1 Media Massa	14
2.2.2 <i>New Media</i>	16
2.2.3 Media Konvergensi	17
2.2.4 Model Bisnis	19

2.2.4.1 Model Konten.....	21
2.2.4.2 Model Distribusi.....	22
2.2.4.3 Model <i>Marketing</i>	22
2.2.4.4 Model Pendapatan.....	23
2.2.5 Portal Berita <i>online</i>	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III Metodologi Penelitian	30
3.1 Jenis & Sifat Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Informan Penelitian.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Wawancara Mendalam.....	34
3.4.2 Dokumentasi.....	35
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	38
4.1.1 Rappler.....	38
4.1.2 Tirto.....	39
4.1.3 Profil Informan.....	39
4.2 Model Bisnis Media.....	42
4.2.1 Model Bisnis Tirto.....	43
4.2.1.1 Konten.....	44
4.2.1.2 Distribusi.....	52
4.2.1.3 Pemasaran.....	55

4.2.1.4 Pendapatan.....	56
4.2.2 Model Bisnis Rappler.....	59
4.2.2.1 Konten.....	60
4.2.2.2 Distribusi.....	74
4.2.2.3 Pemasaran.....	77
4.2.2.4 Pendapatan.....	78
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Long Form Journalism & Strategi <i>Engagement</i>	81
4.3.2 Strategi Distribusi Via <i>Website</i> , Media Sosial, dan Konten Agregator.....	86
4.3.2.1 <i>Website</i>	86
4.3.2.2 Media Sosial.....	88
4.3.2.3 Konten Agregator.....	92
4.3.3 Model Longitudinal Cohort & Model Spiral Marketing Dalam Menjangkau Audience.....	93
4.3.4 Kombinasi Traditional ads & Native Ads.....	95
4.3.4.1 <i>Native ads</i>	96
4.3.4.2 <i>Piggyback</i>	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Simpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Akademisi.....	105
5.2.2 Saran Praktis.....	106
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Bagan 4.1 Model bisnis Tirto.....	44
Bagan 4.2 Model Bisnis Rappler	59
Table 4.3 Model bisnis	80

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rating Portal berita Online	4
Gambar 4.1 Profil Sapto Anggoro	39
Gambar 4.2 Profil Uni Lubis	41
Gambar 4.3 Logo Tirto	43
Gambar 4.4 <i>web</i> Tirto.....	47
Gambar 4.5 <i>web</i> Tirto.....	47
Gambar 4.6 <i>web</i> Tirto.....	48
Gambar 4.7 <i>web</i> Tirto.....	48
Gambar 4.8 <i>web</i> Tirto.....	49
Gambar 4.9 <i>web</i> Tirto.....	50
Gambar 4.10 Logo Rappler.....	59
Gambar 4.11 <i>web</i> Rappler.....	64
Gambar 4.12 <i>web</i> Rappler.....	65
Gambar 4.13 <i>web</i> Rappler.....	65
Gambar 4.14 <i>web</i> Rappler.....	66
Gambar 4.15 <i>web</i> Rappler.....	67
Gambar 4.16 <i>web</i> Rappler.....	68
Gambar 4.17 <i>web</i> Rappler.....	68
Gambar 4.18 <i>web</i> Rappler.....	69
Gambar 4.19 <i>web</i> Rappler.....	70
Gambar 4.20 <i>web</i> Rappler.....	70
Gambar 4.21 <i>web</i> Rappler.....	71
Gambar 4.22 Rating Tirto	87
Gambar 4.23 Rating Rappler	88
Gambar 4.24 Data Pengguna Facebook	89
Gambar 4.25 <i>Traffic</i> Sosial Media Tirto.....	91
Gambar 4.26 <i>Traffic</i> Sosial Media Rappler.....	92

U
M
N
U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A