

**STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL AKUN X
@HARIANKOMPAS MENGHADAPI *NEWS AVOIDANCE***



ANDREAS BENOE ANGGER PUTRANTO

00000106718

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL AKUN X
@HARIANKOMPAS MENGHADAPI *NEWS AVOIDANCE***



TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Magister Ilmu Komunikasi

ANDREAS BENOE ANGGER PUTRANTO

00000106718

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya,

Nama : Andreas Benoe Angger Putranto

Nomor Induk Mahasiswa : 0000106718

Program studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tesis dengan judul: “Strategi Komunikasi Media Sosial Akun X @hariankompas Menghadapi *News Avoidance*” merupakan hasil karya saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain. Serta semua sumber, baik yang dikutip maupun yang dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari saya terbukti melakukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan tesis maupun dalam penulisan laporan tesis, maka saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS dalam sidang ujian tesis yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17. Desember 2024



Andreas Benoe Angger Putranto

HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis dengan judul

“Strategi Komunikasi Media Sosial Akun X @hariankompas Menghadapi
News Avoidance”

Oleh

Nama : Andreas Benoe Angger Putranto

NIM : 0000106718

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

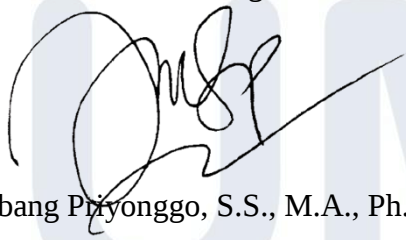
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tesis Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Desember 2024

Pembimbing I



Ambang Priyonggo, S.S., M.A., Ph.D

NIDN 0309017603

Pembimbing II



Dr. Bertha Sri Eko Murningsih M, M.Si

NIDN 301036603

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Ignatius Haryanto, M.Hum

NIDN: 0313088403

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul

“Strategi Komunikasi Media Sosial Akun X @hariankompas Menghadapi
News Avoidance”

Oleh

Nama : Andreas Benoe Angger Putranto

NIM : 0000106718

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Desember 2024

Pukul 14.30 s.d 16.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang,



Dr. Rony Agustino Siahaan, M.Si.

NIDN0309087205

Penguji



Dr. Ignatius Haryanto, M.Hum

NIDN 0313088403

Pembimbing I



Ambang Priyonggo, S.S., M.A., Ph.D

NIDN 0309017603

Pembimbing II



Dr. Bertha Sri Eko Murtiningsih M, M.Si

NIDN 301036603

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Ignatius Haryanto, M.Hum

NIDN: 0313088403

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andreas Benoe Angger Putranto
NIM : 0000106718
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata 2
Judul Karya Ilmiah : Strategi Komunikasi Media Sosial Akun X
@hariankompas Menghadapi News
Avoidance

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa,

☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

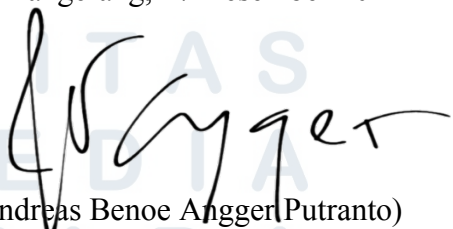
☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) **.

☐ Lainnya, pilih salah satu:

☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara

☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 17 Desember 2024


(Andreas Benoe Angger Putranto)

KATA PENGANTAR

“Semoga Tuhan yang memulai karya baik ini berkenan pula menyelesaikannya.” Kata-kata tersebut cukup untuk menggambarkan perjalanan studi selama ini. Segala letih, tenaga, keringat, material dan aneka upaya yang selama ini dijalani, akhirnya terbalas dengan pencapaian ini. Bukan karena niat maupun kemampuan penulis, melainkan karena Tuhan yang memampukan penulis. Penulis bersyukur mendapat kesempatan untuk merampungkan tesis berjudul “Strategi Komunikasi Media Sosial Akun X @hariankompas Menghadapi *News Avoidance*”.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

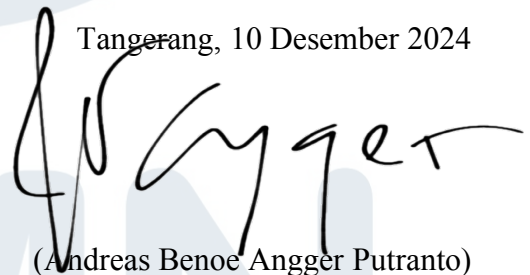
1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rizmi Juliadi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Ignatius Haryanto, M.Hum, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ambang Priyonggo, Ph. D, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Dr. Bherta SE Murtiningsih, sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
6. Dr. Rony Agustino Siahaan, M.Si., sebagai Ketua Sidang yang telah memimpin proses sidang tesis dapat berjalan dengan baik dan lancar.
7. Dr. Ignatius Haryanto, M.Hum, sebagai Penguji yang telah memberikan berbagai masukan dan perbaikan.
8. Para narasumber penelitian, Mas Sutta Dharmasaputra, Pemimpin Redaksi *Harian Kompas* (Kompas.id); Mas Adi Prinantyo, Wakil Pemimpin Redaksi *Harian Kompas* (Kompas.id); Mas Mukhamad Kurniawan, Editor Desk Regional *Harian Kompas* (Kompas.id), Satrio Pangarso Wisanggeni, Wartawan Desk Jurnalisme Data dan Investigasi *Harian Kompas* (Kompas.id), Mbak Cecilia Gandes, Manager Media Sosial *Harian Kompas* (Kompas.id), Moh. Faizal Abdalla, Media Sosial Analyst *Harian*

Kompas (Kompas.id); dan Ratna Suminar Social Media Officer Harian *Kompas* (Kompas.id). Terima kasih atas waktu, tenaga dan gagasan yang diberikan selama penelitian ini.

9. Keluarga kecil saya, Maria Dyah Nita dan Teresa Gendhis yang dengan sabar mengorbankan waktu kebersamaannya. Terima kasih juga untuk Papa, Mama, Bapak, Ibu, Adik dan Mas atas segala doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
10. Terima kasih untuk Keluarga Besar Redaksi Harian *Kompas* (Kompas.id) dan Seluruh Tim Media Sosial Harian *Kompas* (Kompas.id) yang mengizinkan penulis menjadikan ruang redaksi dan juga media sosial harian *Kompas* (Kompas.id) sebagai “taman bermain” untuk mencoba hal baru.

Semoga apa yang selama ini penulis baca, bisa penulis yakini; apa yang penulis yakini, bisa penulis ajarkan; apa yang penulis ajarkan, bisa penulis laksanakan. Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi berkat bagi sesama.

Tangerang, 10 Desember 2024



(Andreas Benoe Angger Putranto)

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Strategi Komunikasi Media Sosial Akun X @hariankompas

Menghadapi *News Avoidance*

(Andreas Benoe Angger Putranto)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dapat mempercepat tersebarnya informasi. Di sisi lain, hal itu juga menjadi penyebab disrupsi media. Salah satu disrupsi tersebut ialah fenomena *news avoidance* atau penghindaran berita. Fenomena ini dirasakan hampir di seluruh dunia dan menerpa media-media besar dunia. Di Indonesia, fenomena tersebut juga menerpa harian *Kompas* (Kompas.id). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi media sosial yang digunakan tim media sosial harian *Kompas* (Kompas.id) dalam menghadapi *news avoidance*. Penelitian ini menggunakan konsep media sosial dan jurnalisme, *news avoidance*, *news engagement* dan strategi komunikasi media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data menggunakan cara wawancara, observasi dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *news avoidance* yang terjadi di harian *Kompas* (Kompas.id) mengakibatkan minimnya *pageview* dan *engagement* dengan pembaca. Hal itu terjadi karena faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal mencakup perkembangan teknologi informasi yang menciptakan banjir informasi, rendahnya minat baca masyarakat, dan fenomena *news fatigue*. Sedangkan faktor internal yang menjadi pemicu *news avoidance* di harian *Kompas* (Kompas.id), ialah produksi berita yang kurang relevan dengan kebutuhan masyarakat, terlalu banyak berita problematik, dan kurangnya variasi konten. Untuk mengatasi tantangan ini, harian *Kompas* (Kompas.id) melalui tim media sosialnya telah mengembangkan strategi komunikasi media sosial lewat akun X @hariankompas. Salah satu pendekatan utama adalah strategi “samberan” atau *joint conversation*. Strategi ini cukup memberikan kontribusi positif dalam menghadapi *news avoidance* di harian *Kompas* (Kompas.id).

Kata kunci: *news avoidance*; jurnalisme; media sosial; *news engagement*; strategi komunikasi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Social Media Communication Strategy of X Account

@hariankompas in Addressing News avoidance

(Andreas Benoe Angger Putranto)

ABSTRACT (English)

The advancement of technology has accelerated the dissemination of information. On the other hand, it has also caused media disruption. One such disruption is the phenomenon of news avoidance. This phenomenon is felt worldwide, impacting major global media outlets. In Indonesia, it has also affected harian Kompas (Kompas.id). This study aims to explore the social media communication strategies employed by the social media team of harian Kompas (Kompas.id) to address news avoidance. The study applies the concepts of social media and journalism, news avoidance, news engagement, and social media communication strategies. A qualitative approach was used with a case study method. Data were collected through interviews, observations, and document studies. The results reveal that news avoidance experienced by harian Kompas (Kompas.id) has led to low pageviews and reader engagement. This phenomenon is caused by both external and internal factors. External factors include the advancement of information technology resulting in information overload, low reading interest among the public, and the phenomenon of news fatigue. Meanwhile, internal factors triggering news avoidance in harian Kompas (Kompas.id) include the production of news that is less relevant to public needs, excessive problematic news, and a lack of content variety. To address these challenges, harian Kompas (Kompas.id), through its social media team, has developed social media communication strategies via the X account @hariankompas. One key approach is the “sambaran” or joint conversation strategy. This strategy has made a significant positive contribution in addressing news avoidance at harian Kompas (Kompas.id).

Keywords: *news avoidance; journalism; social media; news engagement; communication strategy*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT (English)</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan	13
2.2.1 Media sosial dan jurnalisme	13
2.2.2 <i>News avoidance</i>	14
2.2.2 <i>News engagement</i>	15
2.2.3 <i>Joint Conversation</i>	16
2.2.4 Strategi komunikasi media sosial.....	17

2.3	Alur Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		19
3.1	Paradigma Penelitian	19
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian	19
3.3	Metode Penelitian	21
3.4	Key Informan dan Informan	22
3.5	Teknik Pengumpulan dan Keabsahan Data	24
3.6	Teknis Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Subjek/Objek Penelitian	30
4.1.1	Objek Penelitian.....	13
4.1.2	Subjek Penelitian	13
4.2	Hasil Penelitian	32
4.2.1	Perspektif News Avoidance di Harian <i>Kompas</i> (Kompas.id).....	32
4.2.2	Faktor-faktor di Harian <i>Kompas</i> (Kompas.id)	36
4.2.3	Akibat yang Ditimbulkan News Avoidance di Harian <i>Kompas</i> (Kompas.id)	41
4.2.4	Strategi Komunikasi Media Sosial Harian <i>Kompas</i> Khususnya Akun X @hariankompas Dalam Menghadapi News Avoidance	52
4.3	Pembahasan	65
4.3.1	News Avoidance, Faktor, dan Akibatnya bagi Harian <i>Kompas</i> (Kompas.id)	72
4.3.2	Personalisasi Pesan dan Relevansi jadi Senjata Menghadapi News Avoidance	76
4.3.3	Implikasi Teoritis.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		84
5.1	Simpulan	84
5.2	Saran	85
5.2.1	Saran Akademis	85
5.2.2	Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA		87



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Karakter penelitian Stake.....	22
Tabel 3.2	Key Informan.....	25
Tabel 4.1	Ragam Penanda UTM.....	69
Tabel 4.2	Poin Pembahasan News Avoidance, Faktor dan Akibat....	78
Tabel 4.3	Poin Pembahasan Strategi Komunikasi Media Sosial.....	83

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Postingan individu tentang opini di harian Kompas.....	4
Gambar 1.2	Postingan Harian <i>Kompas</i> tentang opini di harian Kompas	5
Gambar 2.1	Alur Penelitian.....	20
Gambar 4.1	Tangkapan layar Chartbeat.....	40
Gambar 4.2	Contoh Twitter (X) Analytic.....	46
Gambar 4.3	Facebook Top Post Harian <i>Kompas</i>	47
Gambar 4.4	Instagram Top Post Harian <i>Kompas</i>	48
Gambar 4.5	Twitter (X) Top Post Harian <i>Kompas</i>	48
Gambar 4.6	TikTok Top Post Harian <i>Kompas</i>	49
Gambar 4.7	Performa Twitter @hariankompas pada 2023.....	56
Gambar 4.8	Tangkapan layar Sproudsocial.....	57
Gambar 4.9	Data Twitter Analytic.....	57
Gambar 4.10	Data Google Analytic.....	58
Gambar 4.11	Tangkapan layar Lookerstudio.....	59
Gambar 4.12	Tangkapan layar cuitan warganet.....	60
Gambar 4.13	Observasi Media Social Officer.....	63
Gambar 4.14	Tangkapan layar sumberan.....	66
Gambar 4.15	Google Analytic konten Alvaro.....	70
Gambar 4.16	Tangkapan layar otomatisasi.....	71
Gambar 4.17	Twitter analytic sumberan.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Turnitin.....	95
Lampiran 2	Form Bimbingan.....	101
Lampiran 3	Hasil Analisis Data.....	103
Lampiran 4	Transkrip Wawancara.....	109

