SKRIPSI

STRATEGI MANAJEMEN EDITORIAL PORTAL WEB NEWSTIPIKOR.COM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MEDIA

Citra Wahyuni

1810121024

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022

SKRIPSI

STRATEGI MANAJEMEN EDITORIAL PORTAL WEB NEWSTIPIKOR.COM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MEDIA

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi

Citra Wahyuni
1810121024

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022

SKRIPSI

STRATEGI MANAJEMEN EDITORIAL PORTAL WEB NEWS TIPIKOR.COM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MEDIA

Disusun dan diajukan oleh

Citra Wahyuni
1810121008

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 10 September 2022

Pembimbing

Akbar Abu Thalib, S.I.Kom., M.I.Kom

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar

Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN: 0907029002

SKRIPSI

STRATEGI MANAJEMEN EDITORIAL PORTAL WEB NEWS TIPIKOR.COM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MEDIA

Disusun dan diajukan oleh

Citra Wahyuni
1810121008

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **27 September 2022** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Dewan penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom	Ketua	1.....
2.	Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom	Sekretaris	2.....
3.	Rahmita Saleh, S.Sos., M.I.Kom	Anggota	3.....
4.	Akbar Abu Thalib, S.I.Kom., M.I.Kom	Anggota	4.....

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar

UNIFA
PRODI KOMUNIKASI

Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom.

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Citra Wahyuni

NIM : 1810121008

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa Tugas Akhir Skripsi yang berjudul **"STRATEGI MANAJEMEN EDITORIAL PORTAL WEB NEWS TIPIKOR.COM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MEDIA"** adalah karya ilmiah saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya di dalam tugas akhir Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam tugas akhir Skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 14 Juli 2022

Yang membuat pernyataan

(Citra Wahyuni)

PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyusun skripsi ini sebagai syarat dalam rangka penyelesaian studi.

Skripsi ini menjelaskan berbagai macam kegiatan yang saya lakukan dalam waktu kurang lebih 1 Bulan

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan masukan, membimbing mengarahkan, serta memberikan dukungan selama proses penyelesaian skripsi yang saya buat.

Pertama-tama saya ucapkan terimah kasih kepada Allah SWT Yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesabaran kepada saya selama melaksanakan magang selama ini, dan juga kepada orang Tua dan keluarga saya yang selalu mendukung saya baik secara materi, doa hingga motivasi kepada saya

Saya juga mengucapkan terimah kasih kepada:

1. Dr. Mulyadi Hamid, Se., M.Si, selaku Rektor Universitas Fajar
2. Dr. Yusmanizar, S.Sos, M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas dan sekaligus Dosen Penasehat Akademik saya.
3. Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi
4. Akbar Abu Thalib, S.I.Kom., M.I.Kom selaku pembimbing dalam penelitian laporan skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan motivasi dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dalam membantu pengerjaan tugas akhir skripsi ini hingga selesai.

5. Kepada keluarga tercinta, ibunda Fatmawati Toha dan Ayahanda Zainuddin Muhtie, kakak tercinta Fandy Setiawan yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material, semangat, doa kasih sayang nasehat, serta motivasi yang tidak pernah ada habisnya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini
6. PT. Bintang Citra Perkasa (Newstipikor.com) yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti dapat menambah ilmu dan dan pengalaman.
7. Andi Baso Zulfikar yang telah banyak membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman peneliti antara lain:

   Indari Mastuti Resmiati, Rizkia Azzahra, dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendukung serta memberi semangat kepada peneliti dalam melakukan penelitian selama 1 bulan serta pengerjaan skripsi di PT. Bintang Citra Perkasa (Newstipikor.com)

Laporan ini masih banyak kekurangan dan saya berharap sangat semoga skripsi dapat bermanfaat banyak orang

Makassar, 1 September 2022

Citra Wahyuni

ABSTRAK

STRATEGI MANAJEMEN EDITORIAL PORTAL WEB NEWSTIPIKOR.COM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MEDIA

Citra Wahyuni
Akbar Abu Thalib

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen editorial news tipikor.com dalam mempertahankan eksistensinya.

Metode penelitian yang dilakukan ialah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya dilakukan uji keabsahan data dengan metode Triangulasi Sumber (*Data Triangulation*), Triangulasi Metode (*Methodological Triangulation*) dan Triangulasi Penyidik *(Investigator Triangulation*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agenda perencanaan (*planning*) yang dilakukan oleh Newstipikor.com ialah melakukan tahap perencanaan dengan sangat baik. Hal ini terlihat dari penyusunan rapat redaksi yang telah melakukan banyak tahapan, seperti mengumpulkan, berdiskusi hingga menentukan isu. Kemudian pada agenda pengorganisasian (*organizing*), media Newstipikor.com telah mengatur sesuai dengan jobdesk karyawannya sesuai dengan posisi dan keahlian yang dimiliki. Media Newstipikor.com dalam melakukan tahapan penggerakan (*actuating*) dengan pelaksanaan yang dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Newstipikor.com dalam melakukan proses pengawasan (*controlling*) yang dilakukan oleh manajemen newstipikor sangat ketat melakukan pengawasan mulai dari keabsahan berita atau data yang akan diangkat dan proses editing. Maka dari itu secara menyeluruh dimana media Newstipikor.com beserta jajarannya telah melakukan *planning, organizing, actuating* dan *controlling* (POAC) dengan sangat baik.

Kata Kunci: Perencanaan, Pengorganisasian, Penggerakan, Pengawasan

ABSTRACT

NEWSTIPIKOR.COM WEB PORTAL EDITORIAL MANAGEMENT STRATEGY IN MAINTAINING MEDIA EXISTENCE

Citra Wahyuni
Akbar Abu Thalib

This study aims to find out how the editorial management of news tipikor.com in maintaining its existence.

The research method used is qualitative research. Data collection techniques with interviews, observation, and documentation. Furthermore, the validity of the data was tested using Data Triangulation, Methodological Triangulation) and Investigator Triangulation.

The results of the study indicate that the planning agenda carried out by Newstipikor.com is to carry out the planning stage very well. This can be seen from the preparation of editorial meetings which have carried out many stages, such as collecting, discussing and determining issues. Then on the organizing agenda, Newstipikor.com media has arranged according to the jobdesk of its employees according to the position and expertise they have. Media Newstipikor.com in carrying out the actuating stages with the implementation carried out in accordance with the predetermined plan. Newstipikor.com in carrying out the monitoring process (controlling) carried out by newstipikor management is very strict in monitoring starting from the validity of the news or data that will be raised and the editing process. Therefore, on the whole, Newstipikor.com and its staff have done very well planning, organizing, actuating and controlling (POAC).

Keyword: Planning, Actuating, Organizing, Controlling

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN KEASLIAN iv
PRAKATA v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Kegunaan Penelitian 5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Komunikasi 7
2.2 Komunikasi Bisnis 8
2.3 Proses Komunikasi 9
2.4 Jenis-Jenis Komunikasi 9
2.5 Komunikasi Massa 10
2.6 Media Massa 11
2.7 Media Baru (*New Media*) 16
2.8 Konvergensi Media 17
2.9 Media Online 18
2.10 Persaingan 29
2.11 Strategi 31
2.12 Manajemen Editorial 38
2.13 Kerangka Berpikir 50
BAB III METODE PENELITIAN 52
3.1 Jenis Penelitian 52
3.2 Fokus Penelitian 52

3.3 Penetapan Lokasi Penelitian 53
3.4 Informan Penelitian 53
3.5 Jenis Data 54
3.6 Sumber Data 55
3.7 Teknik Pengumpulan Data 56
3.8 Teknik Analisis Data 58
3.9 Uji Keabsahan Data 59
3.10 Objek Penelitian 59
3.11 Tempat dan waktu Penelitian 59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 60
4.1. Hasil Penelitian 60
4.1.1 Profil Web Newstipikor.com 61
4.1.2 Struktur Organisasi Newstipikor.com 63
4.1.3 Hasil Temuan Lapangan 64
4.2 Pembahasan 69
BAB V PENUTUP 81
5.1 Kesimpulan 81
5.2 Saran 82
DAFTAR PUSTAKA 83
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Penelitian Terdahulu 28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir 46

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan inovasi teknologi komunikasi global yang berbasis internet di awal tahun 2000-an beserta proses pengadopsiannya di Indonesia yang relatif berlangsung cepat, membawa pengaruh signifikan di berbagai sendi kehidupan sosial kemasyarakatan. Implikasi pengaruh tersebut menciptakan perubahan-perubahan konsep dan pola implementasi lama pada sistem konvensional yang selama ini dijalankan.

Pengaruh itu tak terkecuali juga terasa di semua lini di sektor komunikasi, terutama dalam aspek produksi komunikasi massa dan jenis luaran yang dihasilkannya. Sebab, internet sebagai basis *platform* utama dalam perkembangan teknologi, memberi banyak kemungkinan bagi individu dan korporasi yang berkutat di bidang tersebut, untuk memikirkan dan berkreasi menciptakan mekanisme komunikasi massa yang jauh lebih efisien. Istilah komunikasi massa sendiri mengacu pada praktik penyajian pesan, ide, dan informasi secara bersamaan kepada audiens untuk mengkomunikasikan makna yang melekat di dalamnya. Ada banyak jenis media massa, dan salah satu yang sekarang mudah dan cepat diakses adalah media online. Media online adalah perpaduan media tradisional, termasuk berita, radio, dan televisi.

Pada tataran praktis, kondisi di atas membuka peluang yang sangat luas bagi tumbuh kembang industri media online di Indonesia, Ketua Dewan Pers 2016-2019 Yosep Adi Prasetyo dalam Jurnal Dewan Pers yang terbit pada November 2018, mengatakan hingga tahun 2018 diperkirakan terdapat 47.000 media di Indonesia. 43.300 diantaranya adalah media online, 2000-3000 berupa media cetak, dan sisanya adalah media radio dan televisi (Setiawan, Asep. 2020. Publikasi Opini Web Dewan Pers: *Media Online Perlu Berbenah Diri*, (Online),

https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media_Online_Perlu_Berbenah_Diri, diakses 3 September 2022).

Pertumbuhan industri yang sangat massif ini merupakan bentuk penyesuaian media massa akibat perubahan cara khalayak media dalam mengkonsumsi informasi yang dibutuhkannya dari *platform* konvensional ke digital. Media-media yang sebelumnya menghegemoni, juga dituntut untuk melakukan konvergensi. Penetrasi besar-besaran industri media cetak dan media elektronik ke medium digital internet pun menjadi sebuah keharusan, yang tentu saja kemudian menciptakan tahap persaingan bisnis dan keredaksian yang jauh lebih ketat dalam waktu-waktu terakhir.

Tidak diragukan lagi, dengan sistem digital internet, lebih mudah bagi publik untuk memperoleh informasi, berita, hiburan, dan barang-barang berkat keunggulan konvergensi media. Selain itu, media online lebih murah, lebih hemat waktu dan praktis. Konvergensi media, menurut Burnett dan Marshall, adalah konversi media tradisional, sektor telekomunikasi, dan semua jenis komunikasi lainnya ke dalam bentuk digital. Keduanya mencatat seberapa erat proses digitalisasi terkait dengan konvergensi media (Razali, 2022: 49).

Karena sangat mudah untuk membuat media internet, ada semakin banyak media baru dan persaingan di antara mereka. Karenanya diperlukan sebuah strategi untuk memenangkan persaingan karena sifat media internet yang sangat kompetitif. Ignasius (2014:12) menjelaskan, keadaan industri media digital saat ini seperti menavigasi lautan literasi baru, yang mungkin masih mengejarnya. Satu atau dua dekade yang lalu, dunia digital sudah mulai terbentuk, dan pada saat yang sama, jumlah perangkat penerima komunikasi yang sangat canggih terus bertambah. Para *media manager* Indonesia masih mengasah kemampuannya dalam upaya bersaing satu sama lain dan

menghadapi dunia baru yang menuntut menghasilkan program-program terbaik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Strategi dibutuhkan dalam menghadapi beberapa permasalahan salah satunya adalah masalah persaingan, agar mampu bertahan dan memenangkan kompetisi. Dalam kompetisi media online khususnya media berita, dibutuhkan aktualitas, signifikanitas, kedekatan, dan dampak agar pembaca setia membaca artikel dari media online. Media online di Indonesia umumnya memiliki isu karena persaingan di industri pemasaran, tayangan konten, dan idealisme informasi. Kemajuan media online harus diukur dengan tiga kriteria ini, atau sederhananya, mereka adalah ujung tombak kompetisi.

Pengiklan potensial mungkin tidak selalu secara akurat mengukur taktik pemasaran media cetak karena pengiriman data terkadang dipalsukan untuk mengamankan perjanjian penetapan harga tinggi. Namun pengiklan memiliki akses instan ke media online untuk memverifikasi keakuratan informasi. Sangat sedikit peluang untuk manipulasi data. Karena media cetak tidak dapat berkembang semudah media internet, maka dapat dihancurkan oleh kemajuan teknologi.

Cholis (2018:12), mengungkapkan bahwa pembaca dapat dengan mudah mengakses dokumen dan berita kapan saja dan dari lokasi mana pun. Audiens hanya membutuhkan komputer, laptop, perangkat, atau smartphone yang terhubung ke internet untuk melihat media online. Pembaca memandang media digital secara berbeda dari media cetak karena mereka harus terlebih dahulu membeli surat kabar. Dijelaskan bahwa faktor kecepatan yang dimaksud pada media digital bukan hanya kecepatan Internet, tetapi juga pada satu waktu, audiens dapat membaca berita dari berbagai sumber sekaligus, sehingga tidak butuh waktu lama. Media cetak kesulitan menyamai kecepatan akses media online seperti ini.

Pertumbuhan industri media online yang masif ditambah keunggulan-keunggulan fitur yang dimilikinya tersebut, memaksa para pelaku digital di Indonesia merumuskan strategi kompetisi untuk memenangkan pasar pembaca dan iklan. Beberapa langkah yang dapat digunakan, antara lain misalnya pengembangan penggunaan teknologi terbaru secara terus menerus, pengaturan struktur sumber daya manusia (SDM), penguatan jaringan kemitraan, peningkatan kreativitas produksi dan lain sebagainya.

Salah satu langkah aplikatif dalam kreativitas produksi media online adalah penentuan segmen pembaca berdasarkan identifikasi khalayak potensial. Namun kebanyakan media online relatif bersikap pragmatis dengan memilih segmen pembaca berdasar tema-tema pemberitaan popular pada perencanaan dan operasional keredaksiannya. Tapi tidak sedikit juga manajemen media online yang memilih sikap sebaliknya, berdasarkan argumen idealisme prinsip dan nilai-nilai dasar jurnalisme. Media online tersebut terkesan mengabaikan konsep ketertarikan industri secara umum pada ceruk profit di pasar.

Salah satu media online yang saat ini masih eksis beroperasi dengan tema pemberitaan spesifik adalah Portal Web Newstipikor.com. Menggunakan pendekatan bahasa positif yang dapat diterima oleh masyarakat umum dan mengemas informasi yang tidak bias dengan target audiens yang jelas, Newstipikor.com adalah media berita online yang menawarkan informasi inovatif dan aktual. Visi dan misinya adalah untuk menyediakan berita yang mendidik, inspiratif, informatif, dan religius dengan penekanan kuat pada pendidikan.

Penelitian ini dilakukan untuk mempelajari lebih lanjut tentang strategi yang digunakan oleh manajemen Newstipikor.com, dalam upaya mempertahankan eksistensi media di tengah persaingan media online. Pendekatan analisis yang digunakan adalah model *Planning, Organizing, Actuating* & *Controlling* (POAC) yang dirumuskan oleh George R. Terry.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana manajemen editorial newstipikor.com mempertahankan eksistensinya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui strategi manajemen editorial newstipikor.com mempertahankan eksistensinya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

   Temuan penelitian ini dapat diperhitungkan, digunakan sebagai panduan, dan digunakan sebagai titik acuan saat membaca tentang komunikasi massa dan kompetisi media.

2. Secara praktis

   a. Praktisi di bidang komunikasi, khususnya yang mengambil jurusan ilmu komunikasi di Universitas Fajar, diharapkan dapat menggunakan penelitian sebagai sumber referensi.

   b. Untuk membantu mahasiswa memahami taktik Newstipikor.com dalam bersaing dengan media online lainnya dan upaya untuk menangani masalah yang muncul sambil mempraktikkan strategi ini.

   c. Untuk menyelesaikan penyusunan koleksi skripsi di perpustakaan universitas tentang strategi Newstipikor.com dalam menghadapi persaingan media online mengingat kurangnya penelitian khusus tentang strategi Newstipikor.com dalam menghadapi persaingan media online.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini terbatas pada strategi media Newstipikor.com dalam mempertahankan eksistensi di tengah persaingan media online.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah mencapai saling pengertian, orang harus menciptakan dan berbagi ide, informasi, pendapat, fakta, dan perasaan satu sama lain.

McQuail (2010:1) menjelaskan, melalui pertukaran pesan simbolis, komunikasi adalah proses di mana seseorang mencoba untuk mencapai pemahaman dengan orang lain. Tiga poin penting ditekankan oleh komunikasi. Pertama, karena komunikasi melibatkan individu, memahami komunikasi memerlukan upaya untuk memahami bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain.

Kedua, komunikasi melibatkan pengertian yang sama, oleh karena itu agar dua orang atau lebih dapat berkomunikasi, mereka semua harus sepakat tentang bagaimana istilah yang digunakan harus didefinisikan.

Ketiga, komunikasi bersifat simbolis; oleh karena itu, gagasan yang akan dikomunikasikan hanya dapat diperkirakan atau diwakili oleh gerakan, suara, huruf, angka, dan kata-kata.

Secara praktis, komunikasi adalah tindakan mentransmisikan informasi atau pesan dari satu komunikator ke komunikator lain melalui saluran tertentu dengan tujuan atau dampak dalam pikiran.

"Komunikasi berarti umum karena kesamaan pemahaman, yang merupakan komponen mendasar dari segala macam komunikasi," klaim Purba (2020:2). Oleh karena itu, proses di mana dua orang atau lebih bertukar pikiran, ide, fakta, sentimen, atau persepsi dengan cara yang

membantu orang lain memahami pesan dapat digambarkan sebagai komunikasi.

Menurut Purba (2020:2), "komunikasi berarti umum karena pemahaman umum merupakan elemen penting dari semua jenis komunikasi. Oleh karena itu, proses di mana dua orang atau lebih bertukar konsep, informasi, fakta, emosi, atau sensasi dengan cara yang memfasilitasi interpretasi pesan dapat disebut sebagai komunikasi.

Pendapat yang paling terkenal, menurut Harold Laswell, komunikasi adalah:

- pesan (*what*)
- media atau sarana (*channel*)
- komunikan (*whom*)
- pengaruh atau akibat (*effect*).

2.2 Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah komunikasi apa pun yang mencoba meningkatkan keberpihakan, sumber daya intelektual, atau untuk mengiklankan ide, produk, layanan, atau organisasi tertentu (McLean 2013).

Komunikasi bisnis adalah proses mengkomunikasikan pesan atau informasi di dalam struktur dan sistem organisasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas produk kerja. Agar pihak lain dapat menerima pengetahuan atau keyakinan atau memilih tindakan atau aktivitas saat terlibat dalam kegiatan komunikasi bisnis, pesan tersebut harus meyakinkan dan informatif.

Komunikasi bisnis berbeda dari komunikasi interpersonal dan lintas budaya (buku pegangan komunikasi dan emosi)

2.3 Proses Komunikasi

Purba (2020:3) mengambil dari Effendy buku ilmu komunikasi, yang pendahuluannya mengungkapkan bahwa komunikasi memiliki dua tahap, primer dan sekunder, yang masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

1. Proses Komunikasi Primer

Ketika orang menyampaikan pesan mereka menggunakan simbol (simbol), komunikasi terutama terjadi. Simbol atau simbol dalam proses komunikasi dapat berbentuk bahasa, gerak tubuh, gerak tubuh, gambar, serta warna,

Menurut Teddy Dyatmika dalam buku *Communication Science* (2021). Simbol-simbol ini mampu mentransmisikan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa menjadi media yang paling sering digunakan dalam proses komunikasi ini. karena dianggap paling lugas untuk mengkomunikasikan perasaan, pikiran, dan ide.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Ketika seorang pria menggunakan alat (sarana) untuk berkomunikasi setelah menggunakan simbol, ini dikenal sebagai komunikasi sekunder.

Menurut Rusdiana (2018: 4), alat (sarana) digunakan sebagai media untuk melakukan proses komunikasi sekunder. Karena komunikan tersebar luas atau di lokasi yang agak terpencil, media ini diperlukan.

2.4 Jenis-Jenis komunikasi

Secara umum, komunikasi terdiri dari 2 jenis, yaitu komunikasi verbal dan non-verbal.

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah semacam komunikasi yang dilakukan secara lisan atau tertulis dan melibatkan penggunaan kata-kata.

2. Komunikasi Non-Verbal

Komunikasi nonverbal didefinisikan sebagai bentuk komunikasi di mana bahasa tubuh dan gerak tubuh digunakan untuk menyampaikan makna alih-alih kata-kata. Intonasi, suara, dan pola bicara seseorang adalah contohnya, bersama dengan emosi mereka.

2.5 Komunikasi Massa

2.5.1 Pengertian Komunikasi Massa

Latief (2020:12) komunikasi massa adalah segala jenis komunikasi yang menggunakan media massa cetak dan elektronik, dikendalikan oleh lembaga atau seseorang yang melembagakannya, dan ditujukan untuk khalayak yang cukup besar yang anonim dan beragam serta tersebar di berbagai lokasi.

Effendi (2007:79) komunikasi massa adalah komunikasi yang terjadi melalui media massa kontemporer, seperti surat kabar yang banyak dibaca, pengumuman layanan publik di radio dan televisi, dan film yang diputar di bioskop.

Komunikasi massa berkembang pada tingkat yang begitu cepat dan memiliki dampak signifikan pada semua aspek kehidupan sosiokultural, yang ditandai dengan perubahan perilaku yang konstan. Budaya dimasukkan ke dalam perilaku komunikatif, yang pada gilirannya mempengaruhi, menjunjung tinggi, mengembangkan, atau mewarisi budaya.

Dampak komunikasi massa Model media satu tahap mengasumsikan bahwa setelah melihat pesan media secara langsung, tanpa melalui perantara, seperti pemimpin opini, audiens akan mengalami perubahan sikap.

Latief (2020:3) mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang menggunakan media untuk menyebarkan ide.

Dengan menggabungkan bagian-bagian dari keberadaan media dan transmisi informasi, komunikasi massa disampaikan. Komunikasi massa biasanya menggunakan sejumlah media secara bersamaan sebagai tempat untuk menginformasikan kepada publik. Secara umum, informasi publik disebarkan melalui komunikasi massa.

Wright (2008) pada tiga fitur dapat digunakan untuk mengkarakterisasi komunikasi massa:

1) Audiens yang relatif besar, beragam, dan anonim adalah target komunikasi massa;
2) Pesan yang tersebar secara umum, bersifat sementara, dan sering direncanakan untuk menjangkau sebanyak mungkin orang di antara penonton secara bersamaan;
3) Mayoritas komunikator bekerja atau berlokasi di bisnis besar dan rumit.

2.6 Media massa

2.6.1 Pengertian Media Massa

Tambunan (2018:25) Istilah "media massa" mengacu pada jenis lembaga atau lembaga yang terlibat dalam sejumlah kegiatan produksi budaya dan informasi untuk tujuan menyebarluaskan konten kepada audiens sesuai dengan norma yang diterima.

Dalam hal keuntungan, media massa berfungsi sebagai wahana komunikasi kepada masyarakat umum. Komunikasi massa adalah istilah untuk setiap informasi yang akan disebarluaskan kepada khalayak luas yang memanfaatkan media, sering dikenal sebagai media massa atau media massa dalam bahasa Inggris.

McQuail (2010:3) Kata medium di-pluralisasi menjadi media (intermediate vehicle). Indra kedua adalah saluran komunikasi. Pers, televisi, dan radio adalah media, bukan hanya surat kabar (secara individu). Media adalah tempat atau forum yang secara progresif berkontribusi pada pameran acara dalam kehidupan masyarakat dalam skala global.

Dengan gaya komunikasi ini, informasi yang disampaikan dapat menjangkau berbagai aspek masyarakat. Media massa adalah bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak um, dalam jumlah besar, dan melalui media cetak atau elektronik Dalam masyarakat, media massa merupakan sumber manajemen, kreativitas, dan kekuasaan yang dapat digunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lain.

Tambunan (2018:26) Pengaruh kehadiran media massa merupakan efek yang berasal dari perlakuan media massa kepada kita.

Tambunan (2018:26) dampak keberadaan media dihasilkan dari bagaimana hal itu ditangani dalam kaitannya dengan kita. Ada tiga pendekatan untuk mempelajari efek media massa: efek media massa, perubahan audiens komunikasi massa, dan tinjauan studi tentang efek komunikasi massa. Namun, peneliti hanya membahas lima efek dari kehadiran massa yang sebenarnya ketika membahas dampak media pada individu tertentu ini.

Pertama, dampak ekonomi yang menghasilkan produksi, distribusi, dan konsumsi layanan media massa yang beragam menciptakan lowongan pekerjaan. Jelas bahwa kehadiran media mendukung banyak inisiatif.

Dimulai dengan orang-orang yang sudah memiliki bisnis, industri restoran, misalnya, mungkin menghabiskan uang untuk pemasaran untuk memikat pecinta kuliner melalui media cetak dan elektronik. Dan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak disesuaikan, Anda dapat yakin

bahwa ada lebih banyak penggemar. untuk kesempatan mengisi posisi yang tersedia untuk mendukung industri restoran.

Kedua, efek sosial, yang berkaitan dengan karakter dan bagaimana kita menilai seseorang yang telah terpengaruh oleh media, termasuk interaksi dengan orang lain atau audiens, hasil perilaku, model mental, dan bantalan.

Jika seorang anak muda cerdas, ia akan bertujuan dan bertahan dalam melanjutkan studinya ke tingkat universitas dan akan melakukan hal yang sama menggunakan media surat kabar saat ini.

Namun, jika seorang anak muda tidak cerdas, ia tidak akan melanjutkan pendidikannya ke tingkat universitas. Seorang pemuda yang cerdas tetapi tidak kuliah terampil memahami dunia pemerintahan melalui surat kabar yang dibacanya, menerapkan perasaan dan teori tertentu yang dia pelajari di sekolah di masa lalu, dan mendengarkan pendapat teman-

Salah satu ilustrasi dampak sosial dari media massa adalah perbedaan antara anak muda yang kuliah dan memperoleh teori secara efektif, bidang pendidikan, dan menggunakan media pesan berita dan media internet untuk menghasilkan dan mewakili semua komentar mereka, sedikit emosi, tetapi mengatur beberapa teori yang dapat menahan semua emosi yang terkandung, setelah itu memperoleh hasil yang lebih baik dari pemuda tanpa teori universitas.

Ketiga, dampak dari waktu kegiatan sehari-hari, yang berarti pengenalan televisi dapat mengurangi waktu yang dihabiskan anak-anak untuk bermain, tidur, membaca, dan menonton film.

"Efek perpindahan" adalah istilah yang digunakan Joyce Cramond (1976:12) untuk menggambarkan gejala-gejala fenomena ini. Namun, transfer ini dapat diterapkan pada hal-hal baik dan buruk. Misalnya, menonton televisi alih-alih membaca buku teks memiliki efek buruk pada

anak-anak, sementara menonton televisi alih-alih bermain di luar memiliki efek yang baik.

Joyce Cramond menyebut indikator dampak ini sebagai "dampak relokasi" pada tahun 1976: 12. Namun, dapat ditunjukkan bahwa transfer ini memiliki efek positif dan negatif pada anak-anak. Menonton TV alih-alih membaca buku memiliki efek yang merugikan pada anak-anak, sedangkan menonton TV alih-alih bermain di trek memiliki penghalang yang menguntungkan.

Keempat, ketika seseorang memanfaatkan media untuk menyingkirkan emosi negatif seperti kesepian, kemarahan, atau kekecewaan, efek dari kehabisan emosi tersebut sering bercampur, terutama ketika media digunakan tanpa mempertimbangkan pesan yang disampaikan. Dengan menonton banyak siaran TV, misalnya, ketika seseorang terisak atau tertawa terbahak-bahak karena dia mengenali momen dari sebuah acara.

Kelima, selain mendorong beberapa emosi, kehadiran media memiliki efek pendorong pertumbuhan pada beberapa emosi. Kita mungkin merasa baik atau tidak baik terhadap media tertentu. Peningkatan kenikmatan atau kepercayaan pada media massa tertentu mungkin sangat terkait dengan pengalaman individu dengan media massa itu, dengan jenis media yang dianggap berada di urutan kedua setelah konten informasi, terlepas dari apa yang ditayangkan, yang merupakan elemen yang sangat penting.

2.6.2 Ciri - Ciri Media Massa

Nurudin dikutip Yumiarti (2020:14) mengatakan bahwa, berbeda dengan media secara keseluruhan, media massa memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara virtual dengan cepat dan tanpa batas waktu kepada khalayak yang luas dan beragam.

Berikut ini ciri-ciri media massa (Alamsyah, 2021:11).

1. Publisitas publik, audiens, atau penyebaran kerumunan
2. Universalitas Tema dasarnya, konten, dan fokus pada semua aspek kehidupan dan semua kejadian di seluruh dunia juga mencakup masalah kepentingan publik. Masyarakat luas juga merupakan audiens, komunikan, atau pembaca, pendengar, dan pengamatnya.
3. Periodisitas Terus-menerus, kadang-kadang, atau diterbitkan secara berkala. untuk majalah cetak, baik itu harian, mingguan, atau bulanan. ditransmisikan selama beberapa jam setiap hari di media penyiaran. Media online tidak dibatasi oleh tenggat waktu atau jadwal publikasi.
4. Kontinuitas sesuai dengan jadwal penyiaran atau publikasi, dll.
5. Aktualitas mencakup informasi baru, seperti berita atau laporan peristiwa terbaru, saran baru, dll. Aktualitas juga mengacu pada seberapa cepat informasi disebarluaskan kepada masyarakat umum.

2.7 Media Baru (*New Media*)

Lister (2015: 190) mengatakan bahwa media baru adalah media komunikasi, yang mencakup produk material dan budaya dari sistem distribusi informasi massa yang ditujukan untuk khalayak luas dan berjalan berdasarkan sistem pemasaran modern.

Sementara itu, Arshano Sahar (2014: 3) menjelaskan bahwa media baru digunakan untuk menjelaskan munculnya media digital, terkomputerisasi, dan berjejaring sebagai pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Adapun beberapa media media baru yaitu:

1. Blog (*website*)

   Konten di blog mudah ditemukan dan diakses, dan biasanya diatur secara alami. Misalnya, entri blog sering ditumpuk di bawah kategori, dan

pengguna dapat mencari kategori atau tag tertentu untuk menemukan posting tertentu.

Entri sering kali menyertakan media campuran, seperti foto dan video yang sesuai dengan teks, sama seperti format media baru lainnya di mana konten disediakan, seperti media berita online dan beberapa platform media sosial.

WordPress, *Blogger*, dan contoh lain dari hosting yang digunakan secara teratur.

2. Media Sosial

Media sosial difokuskan untuk memproduksi, menyebarluaskan, dan bertukar materi di jaringan dan komunitas online. Jenis media baru yang sangat interaktif dan sangat partisipatif terhadap pengguna adalah media sosial.

Dalam jaringan dan komunitas online, media sosial difokuskan untuk memproduksi, menyebarluaskan, dan bertukar informasi, ide, dan materi. Whatsapp, Facebook, Twitter, dan Instagram adalah beberapa contoh media sosial.

2.8 Konvergensi Media

2.8.1 Pengertian Konvergensi Media

Menurut Arismunandar (2006:1), konvergensi media mengacu pada penggabungan atau integrasi media saat ini untuk digunakan dan arah menuju satu tujuan. Selain hubungannya dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, istilah konvergensi digunakan secara lebih umum (TIK). Penggabungan teks, angka, gambar, video, dan suara dalam teknologi digital disebut sebagai konvergensi.

2.8.2 Dampak Konvergensi Media

Arismunandar (2006:1-2) Hubungan antara teknologi, bisnis, pasar, gaya hidup, dan audiens berkembang sebagai hasil dari konvergensi media. Pola hubungan antara produksi dan konsumsi diubah oleh konvergensi, dan penggunaan ini memiliki dampak signifikan pada bidang-bidang termasuk ekonomi, politik, pendidikan, dan budaya.

Masyarakat kini dapat dengan cepat mengakses informasi, hiburan, sosial, politik, bahkan perekonomian berkat tersedianya berita di internet yang dapat diakses melalui komputer atau handphone (mobile). Orang-orang yang sebelumnya membaca koran mungkin mulai menggunakan ponsel mereka hanya untuk menggulir sebagai hasilnya.

2.8.3 Dimensi Konvergensi Media

Adapun dimensi-dimensi konvergensi media adalah sebagai berikut:

1. Konvergensi Teknologi

   Dalam buku *Communication and Information Science & Transactions and Electronics*, Burnett dan Marshall dikutip oleh Razali (2022:49), yang menggambarkan konvergensi sebagai perpaduan industri media, telekomunikasi, dan komputasi serta penyatuan segala bentuk komunikasi yang dimediasi dalam bentuk digital.

   Burnett dan Marshall jelas menyamakan konvergensi dengan digitalisasi dalam konteks ini dan melihat konvergensi sebagai hasil dari kemajuan teknologi Web.

2. Konvergensi Konten Multimedia

   Konvergensi media, dalam hal konten, adalah kemampuan untuk menampilkan berbagai bentuk konten media melalui satu saluran. Outlet berita berbasis situs web sering disebut sebagai praktik jurnalisme konvergen. Konvergensi ruang redaksi karena penggunaan konten

multimedia dalam jurnalisme dapat mengakibatkan editor satu lawan satu menghasilkan berbagai keluaran berita.

2.9 Media Online

2.9.1 Pengertian Media Online

Jurnalisme online, sebagaimana didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang dibuat dan ditransmisikan melalui internet, adalah jenis media online, menurut Romli (2012: 30-34).

Banyak konsep, termasuk berita, online, internet, dan situs web, relevan dengan gagasan berita online. Media online merupakan topik penelitian dalam pengertian "media baru", yang mengacu pada tuntutan akses terhadap konten (konten/informasi), masukan pengguna interaktif, keterlibatan kreatif, dan pengembangan masyarakat di sekitarnya. Ini dari studi media atau sudut pandang komunikasi massa. pembuatan media dan konten.

Bentuk penyederhanaan kelima media tersebut ada di media baru selain media massa tradisional. Media online dapat menjadi alat untuk berbagi peran kekuasaan dan emansipasi karena fluiditas dan keterkaitannya. Media internet merupakan salah satu jenis komunikasi multimedia, baik secara teknis maupun fisik (komputer maupun internet).

Media online mencakup portal web (termasuk situs web, blog, dan media sosial), radio online, TV online, dan email. Studi ini akan berfokus pada media jaringan dalam bentuk website, khususnya website berita, karena merekalah yang paling banyak digunakan dalam jurnalisme.

Konsep media online, menurut Ashadi Siregar dalam buku Etika Komunikasi (2019:22), merupakan penyebutan generik telekomunikasi dan media berbasis multimedia (komputer dan internet).

Situs web, radio online, surat kabar online, dan e-commerce adalah contoh media online. Media online atau yang juga dikenal dengan media siber seringkali merupakan moda komunikasi yang terjadi melalui sebuah website di internet, baik itu berisi teks, gambar, video, maupun musik. Dengan kata lain, media online mengacu pada segala bentuk komunikasi yang terjadi secara online. Media online, khususnya, didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan komunikasi massa.

Wibowo & Mirawati (2013) menyatakan bahwa motivasi utama bagi pemirsa untuk mengakses media adalah keinginan untuk membangun koneksi sosial secara online.

Ketika audiens menerima media yang sudah ketinggalan zaman, kondisi ini tidak dapat dicapai. Menurut Sociawan, faktor-faktor berikut membedakan Internet dari media massa tradisional: (1) Internet adalah media berbasis komputer; (2) Internet, sebagai alat komunikasi, menawarkan produk interaktif dinamis kepada pengguna; (3) Media internet dapat berfungsi sebagai pusat informasi dan sumber informasi yang tak ada habisnya; (4) Media internet tersebar luas di seluruh benua, negara, dan budaya; (5) Media internet adalah bagian dari gaya hidup.

Yasundari (2016:11). Ciri kelima, menurut Yasundari, adalah pemilik bisnis moderen tidak hanya mengiklankan barangnya melalui media konvensional, tetapi juga melalui platform online yang menggunakan internet. Melalui toko internet, mereka menawarkan barang-barang mereka. Di dunia saat ini, pemasaran interaktif telah mengambil bentuk tren belanja yang populer.

Lalu lintas internet harian Indonesia mencapai 79% pada Januari 2018, menurut penelitian *Google*. Ini menunjukkan betapa mahirnya sebagian

besar orang Indonesia secara digital dan berapa banyak yang mengandalkan konektivitas internet dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Akses internet tidak lagi dapat dinegosiasikan karena sekarang diperlukan untuk hampir setiap elemen keberadaan manusia, termasuk faktor sosial, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan.

Karena ketersediaan media online, masyarakat dapat melihat majalah dan publikasi berita secara online. Media grafis tersebut antara lain meliputi *e-book*, *e-magazine*, majalah online, dan lain sebagainya. Media visual digital mudah disebarluaskan.

Karena sekarang diperlukan untuk hampir setiap aspek keberadaan manusia, termasuk faktor sosial, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan, akses internet tidak lagi dapat dinegosiasikan.

Orang-orang dapat mengakses majalah online dan sumber berita karena sudah tersedia. Media grafis tersebut meliputi majalah online, e-book, dan publikasi grafis lainnya. Konten visual digital mudah dibagikan.

Cara penyajian berita di media cetak dan online umumnya sama. Hal utama yang perlu diingat adalah bahwa tabel berikut menjelaskan beberapa perbedaan antara media cetak dan media internet dalam hal fitur media itu sendiri. Ada beberapa cara yang media web, sering dikenal sebagai media online, berbeda dengan media cetak.

Berita di media online sangat berbeda dengan yang ada di media cetak. Hal ini terbukti dari komentar pembaca yang mungkin ditinggalkan setelah membaca berita atau artikel di media internet.

Melalui rubrik surat pembaca, yang memakan waktu lebih lama dari media internet, input dapat terlihat di media cetak. Kita dapat segera mengomentari suatu item atau berita dalam publikasi online, dan masyarakat umum juga dapat melihat komentar kita.

Berbagai gaya penelitian berita yang khas dari media juga dapat digunakan untuk menjelaskan perbedaan ini. Berita online lebih ringkas dan padat daripada berita yang ditulis untuk surat kabar. Dibandingkan dengan media cetak, sebuah paragraf mengandung lebih sedikit kata.

Media online juga lebih dinamis, yang berarti bahwa berita dapat diperbarui dan diubah dengan cepat kapan saja. Meskipun beritanya panjang, lebih mudah diakses dan diakses kapan saja melalui media internet.

Berita ini lebih mendalam dan menggunakan bahasa yang lebih terstruktur daripada berita yang terlihat di media cetak. Informasi tentang apa pun disajikan di media online atau web, dan dapat diakses kapanpun kita mau. Media web juga memiliki cakupan akses yang sangat luas dan selalu dapat diakses; satu-satunya persyaratan adalah bahwa ada jaringan untuk terhubung ke internet.

Saat ini media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat adalah sebagai berikut:

1. *WhatsApp* (WA) Sebagai sarana interaksi dengan member yang nomor WA-nya sudah disimpan dan dapat melihat cerita (tulisan, foto, video).
2. *Facebook* (FB) Merupakan sosial media komunikasi ruang lingkup yang luas, kita dapat menambahkan teman berdasarkan pencarian menggunakan nama dari orang yang kita ingin tambahkan sebagai teman.
3. *Instagram* (IG) lebih berfokus pada fitur postingan foto dan video, serta seperti facebook memiliki fitur story.

Selain tiga sosial media diatas terdapat banyak lagi sosial media lainnya menyesuaikan dengan kecanggihan jaman, tapi yang sering

digunakan adalah tiga media tersebut. Itu menyesuaikan dengan kebutuhan manusia yang berbeda-beda.

Media cetak pada awalnya sangat berperan penting bagi orang dewasa terkhususnya bapak-bapak. Tapi semenjak media online mulai menggantikan media cetak, peran tersebut berpindah kembali agar orang mendapatkan berita yang terkini dan hangat, orang rela membayar untuk berlangganan. Adapula halaman yang sering dibaca yaitu halaman yang membahas kolom politik, ekonomi, olahraga, dan lowongan pekerjaan.

Orang yang menyukai politik tentunya akan membaca halaman dengan subjudul politik begitu pula dengan yang lainnya.

Sedangkan bagi pencari kerja tentunya akan mencari halaman yang memberikan informasi mengenai lowongan pekerjaan. Audiens media sangat bervariasi mulai anak-anak hingga orang tua.

Adapula radio, radio juga memiliki audiensnya tersendiri. Seperti Ketika sedang berkendara di mobil, biasanya pengemudi memutar radio agar tidak bosan. Radio juga menyajikan musik, informasi baik politik dan lain-lain.

Adapun televisi, memiliki banyak saluran siaran yang dapat dipilih oleh pemirsa dapat diatur sesuai kemauan. Dengan posisi saluran yang berbeda-beda.

Yang paling dominan dalam di televisi yaitu berita, Adapun beritanya bisa dari keadaan cuaca, politik, ekonomi, bahkan Pendidikan.

Di saluran Pendidikan, pemirsa kebanyakan ibu-ibu yang tetnunya berisikan mengenai ilmu pengetahuan tentang sesuatu berguna bagi sang ibu. Selain ibu-ibu, adapula remaja dan anak-anak (Tn. Dosen.co.id, 2022)

Nur (2021:62) beberapa kendala yang sering muncul dalam proses komunikasi, yaitu:

1. Dari pengirim pesan, yaitu jika terjadi salah penyampaian informasi dari komunikator yang mengakibatkan kesalahan saat menerima pesan.

   Hal ini menyebabkan perbedaan nilai pesan yang dikirim. Hal ini bisa terjadi Ketika menggunakan media tulis, seperti pidato yang setelah dibaca dapat membuat interpretasi yang berbeda.
2. Hambatan komunikasi dalam bentuk pengkodean (simbol). Ini memiliki potensi untuk terjadi karena bahasa yang digunakan tidak terlalu jelas, yang dapat menyebabkan penerima menafsirkannya dengan lebih dari satu cara.

   Jika penerima dan pengirim pesan menggunakan simbol yang berbeda karena mereka tidak memiliki tingkat pemahaman bahasa yang sama, ini hanya akan menjadi lebih buruk.
3. Hambatan yang timbul dari penerima pesan, misalnya perhatian penerima pesan kurang terfokus, sehingga ia akan kesulitan dalam menerima pesan secara keseluruhan atau menyeluruh.
4. Syarat atau hambatan umpan balik menyimpang dari intuisi. Respons penerima pesan tidak secara akurat mencerminkan situasi saat ini. Namun, proses mengkomunikasikan umpan balik hanya terjadi karena bersifat interpretatif, dan ia melakukannya secara tepat waktu dan ambigu.

2.9.2 Ciri-Ciri Media Online

1. Kecepatan Informasi

   Jika dibandingkan dengan media tradisional, inilah aspek media online yang paling menonjol. Unggahan instan acara di lapangan dapat dilakukan dalam hitungan detik atau menit. kontras dengan media cetak, yang publikasinya memakan waktu lebih lama.

2. Informasi yang *update*

Media online memungkinkan penyebaran informasi yang berkelanjutan dan real-time. Perubahan dapat dilakukan ketika informasi yang sebelumnya diketahui telah diperbarui. Prosedur pembaruan ini dapat dilakukan secara instan.

3. Dapat Berinteraksi Dengan Audiens

Salah satu manfaat media online adalah memiliki fitur interaktif yang kurang pada media tradisional. Berinteraksi dengan audiens dapat dilakukan melalui email, obrolan, survei, bagian komentar, dan banyak lagi di media online.

4. Personalisasi

Jenis informasi yang dibutuhkan dapat diputuskan atau dipilih oleh pengguna media online. Dengan cara ini, pengguna hanya membaca data yang berkaitan dengan pilihannya.

5. Kapasitas Muatan Dapat Ditambah

Pada server komputer, media penyimpanan data mendukung setiap bentuk media online. Tidak perlu informasi yang dirilis sebelumnya hilang sementara informasi baru masih dapat dipublikasikan berkat peningkatan kapasitas media penyimpanan.

6. Terhubung Dengan Sumber Lain

Semua materi yang ditawarkan di media online dapat ditelusuri kembali ke sumber terkait lainnya, baik dari sumber yang sama atau dari banyak sumber. Pengguna dapat membuka materi yang berbeda hanya dengan satu klik berkat hyperlink.

2.9.3 Jenis Media Online

Internet digunakan dalam proses transmisi informasi dari media online, seperti yang sudah dibahas dalam konteks media online.

Media online dapat dikategorikan ke dalam berbagai macam sesuai dengan cara penerbitannya. Internet digunakan untuk menyebarluaskan informasi tentang media online, seperti yang sudah ditunjukkan dalam definisi media online. Media online dapat dikategorikan ke dalam berbagai macam sesuai dengan cara penerbitannya.

Berikut adalah jenis-jenis media online:

1. Situs Koran Online

   Contoh: Detik.com, Kompas.com, Tribunnews.com, Liputan6.com
2. Situs Pejabat

   Contoh: BPK.go.id, Imigrasi.go.id, Kejaksaan.go.id
3. Situs Korporasi

   Contoh: Promonavigator.com
4. Situs Komersial

   Contoh: Bukalapak.com, Tokopedia.com, Lazada.com
5. Situs Sosial Media

   Contoh: *Twitter.com*, *Facebook.com*, *YouTube.com*
6. Situs Website

   Contoh: Maxmanroe.com
7. Situs Forum Komunitas

   Contoh: Kaskus.co.id
8. Aplikasi *Messenger*

   Contohnya *BlackBerry Messenger, Line, WhatsApp*

Sedangkan dalam jurnalisme media online atau berita menggunakan website sebagai media utama, website jurnalistik dituntut untuk memiliki sifat yang dapat dipindai, untuk memudahkan pembaca.

Sebagian besar pengguna situs akan melakukan pencarian tertentu, dengan mengetik halaman web. Pembaca dapat mendapatkan berita secara bersamaan di satu website yang pembaca buka.

Adapun fitur login yang di mana pembaca menjadi pengguna, sehingga memberikan fleksibilitas kepada pembaca untuk memberikan tanggapan melalui kolom komentar yang di website. dengan begitu pembaca akan merasa bahwa mereka terlibat dan dihargai.

Pembaca media online lebih aktif daripada mereka yang mengonsumsi berita di televisi atau di surat kabar. karena media modern memungkinkan pemirsa untuk menanggapi informasi berita dalam percakapan singkat, seperti melalui bagian komentar. Untuk membangun komunitas dan membina percakapan, jurnalis juga harus menanggapi umpan balik pembaca.

Sedangkan untuk media online berupa situs berita, kita dapat memperjelasnya menjadi lima kategori:

1. Situs berita yaitu "*edisi online*" media cetak dan media berita (republika online, seputar-indonesia.com, jambi independen.com).
2. Situs siaran radio Seperti radio Australia (radio Australia.net.au) dan Radio Nederland
3. Situs media penyiaran televisi Seperti CNN.com, metronews.com, liputan6.com.
4. Situs Murni yang tidak terkait dengan media cetak, atau elektronik seperti yang antaranews.com
5. Situs indeks berita berisi tautan berita dari situs berita lain seperti Yahoo! News dan juga google news.

2.9.4 Karakteristik Media Online

a. Kapasitas Luas

Salah satu keuntungan media online adalah media kapasitas yang besar yang hal tersebut menjadi hal yang paling diinginkan oleh para audiens. Daya tampung media online tergantung oleh besar kapasitas server yang dimiliki oleh pemilik website. Tentunya itu tetap lebih baik daripada media cetak.

b. Informasi Lengkap

Dengan daya tampung yang luas, tentunya juga memberikan informasi yang lengkap. Hal itu tentu menjadi sesuatu yang penting dikarenakan karena audiens dapat mendapatkan informasi yang lebih detail dan tidak terpotong. Sedangkan di media cetak terbatas oleh jumlah karakter.

c. Tanggapan

Di website, terdapat fitur komentar yang dimana audiens dapat merespon tentang artikel atau berita yang audiens baca. Komentar ini biasa disebut sebagai netizen. Hal ini berbeda dengan pembenci informasi atau penghujat informasi atau berita. Mereka biasa disebut sebagai pembenci.

d. Editing Naskah

Apabila terdapat sebuah kesalahan dalam penelitian, peneliti dapat mengubahnya kapan saja. Media konvensional apabila telah di cetak, tidak dapat edit lagi.

e. Publikasi

Peneliti juga dapat mempublikasikan kapan saja berita yang ia tulis dan kapan saja. Asalkan berita tetap hangat dan factual.

f. Berita Basi Umumnya

Keuntungan dari penyimpanan yang luas, website dapat menyimpan berita yang telah lama berlalu, bahkan bertahun-tahun. Dan tentunya berita tersebut dapat dibaca kapan saja.

g. Cepat Terakses

Hanya menggunakan internet, pembaca dapat membuka berita secara bersamaan dan secara cepat. Bahkan terdapat media online yang menyajikan fitur berlangganan yang dimana fitur tersebut untuk agar pembaca tidak ketinggalan berita dan akan muncul langsung di notifikasi gadget pembaca.

h. Jangkauan Luas

Apabila media konvensional hanya mencakup suatu daerah tertentu, media online dapat mengakses ke seluruh penjuru dunia manapun dengan syarat terhubung oleh internet. Karena jaringan internet ini bisa menghubungkan yang jauh agar dekat. (pakarkomunikasi.com, 16/7/2020).

2.10 Persaingan

2.10.1 Pengertian Persaingan

Sebuah partai yang berpartisipasi dalam kompetisi akan berusaha untuk mengalahkan oposisi untuk memenangkan kemenangan tertentu dan mendapatkan tujuannya. Dimana daya saing pribadi atau kelompok terlibat 2022 (pakdosen.id)

Dalam artikel Menghadapi Persaingan dengan Media Online di Era Konvergensi Media (Nur Cholis, Wardiana, 2018), Robert K. Yin menjelaskan bahwa persaingan merupakan proses sosial di mana individu atau kelompok orang yang berkompetisi mencari keuntungan melalui bidang kehidupan yang pada titik tertentu menjadi pusat perhatian.

2.10.2 Jenis-Jenis Persaingan

Ada beberapa jenis kompetisi, antara lain:

1. Personal Competition

   Implikasinya adalah bahwa persaingan semacam ini muncul ketika individu bersaing dengan satu atau lebih individu lain yang merupakan orang yang bersaing untuk hal atau tujuan tertentu.

2. Kompetisi

   Ini adalah kompetisi kelompok ketika dua atau lebih kelompok terlibat dalam kompetisi sporty yang tidak terkendali untuk mencapai tujuan mereka.

3. Persaingan Bidang Kehidupan

   Persaingan umumnya dapat ditemukan di hampir setiap aspek kehidupan kita, termasuk politik, ekonomi, pendidikan, dan budaya. Namun, kompetisi harus dijalankan secara adil, dengan sportivitas, atau keduanya. Prestasi individu atau kelompok dalam masyarakat dapat ditingkatkan dengan persaingan semacam itu. S. M. Arofah (2019).

2.10.3 Persaingan Media Online

Menurut Nadin (2019:210), media berkembang seiring dengan perkembangan zaman, menurut jurnal Mass Media Management Facing Media Competition. Kita dapat mengakses informasi secara instan dari mana saja, dan kita juga dapat menonton acara berkualitas tinggi di televisi di internet. Karena semakin banyak outlet media, baik cetak maupun online, muncul untuk memenuhi permintaan informasi yang meningkat dan mengikuti perkembangan zaman, pasti akan ada persaingan di antara mereka untuk pangsa pasar di masyarakat.

2.11 Strategi

2.11.1 Pengertian Strategi

Strategi adalah proses yang digunakan untuk melaksanakan suatu tujuan. Definisi lain dari strategi adalah tindakan yang mengambil bentuk pengembangan dan kelanjutan selamanya, yang dilakukan sesuai dengan faktor-faktor mengenai tujuan yang diminta.

Dalam mencapai suatu tujuan, diperlukan strategi yang tepat dalam mencapainya. Semua organisasi memiliki strategi mencapai tujuan organisasi mereka. Hal ini menjadi pertimbangan bagi semua organisasi untuk memiliki strategi yang tepat. (Pak Dosen 2022)

Rangkuti (2014:12) Strategi adalah proses yang melibatkan identifikasi visi pemimpin untuk tujuan jangka panjang organisasi dan mengembangkan rencana untuk bagaimana menuju ke sana.

Kemudian pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi, yaitu:

1. Strategi Manajemen.

   Strategi yang dapat diimplementasikan oleh manajemen dan didasarkan pada makro strategi berorientasi pembangunan disebut sebagai strategi manajemen.

2. Strategi Investasi

   Rencana investasi berfokus pada investasi, seperti ketika perusahaan mengejar strategi defensif, strategi pertumbuhan yang agresif, strategi divestasi, dan sebagainya.

3. Strategi Bisnis

   Karena berfokus pada fungsi operasi manajemen, seperti pemasaran, distribusi, dan strategi organisasi serta rencana keuangan, strategi bisnis juga dikenal sebagai strategi bisnis fungsional.

Menurut Rachmat (2014:2) suatu strategi mempunyai 5 (lima) unsur, yaitu:

1. Lingkungan operasi organisasi, atau arena, mencakup semua faktor yang relevan seperti produk, layanan, metode distribusi, pasar geografis, dll. Ruang lingkup komponen arena tidak boleh terlalu luas atau umum; sebaliknya, itu harus lebih spesifik. Contohnya termasuk jenis produk yang dicari, segmen pasar, lokasi geografis, dan teknologi utama yang dikembangkan, yang merupakan tahapan penambahan nilai atau nilai skema rantai nilai, termasuk desain produk, manufaktur, layanan, distribusi, dan penjualan.
2. Untuk menuju arena target, kendaraan digunakan. Sejauh mana bahaya kegagalan dari pekerjaan sarana harus dipertimbangkan saat menggunakannya. Risiko-risiko ini dapat mencakup keterlambatan masuknya pasar, biaya tinggi yang tidak perlu atau tidak signifikan, serta potensi bahaya kegagalan total.
3. Pembeda yang dibuat adalah komponen yang unik untuk strategi yang ditentukan, seperti bagaimana perusahaan akan dapat berhasil di pasar, atau bagaimana perusahaan akan menarik pelanggan baru secara umum. Dalam ranah persaingan, kesuksesan adalah konsekuensi dari perbedaan, yang dicapai dari karakteristik barang atau jasa perusahaan, seperti citra, adaptasi, keunggulan teknologi, biaya, kualitas, atau keandalannya, yang semuanya dapat menguntungkan dalam persaingan.
4. Waktu dan prosedur langkah strategis adalah tahapan rencana yang telah selesai atau dipentaskan. Arena, kendaraan, dan pembeda adalah bagian dari substansi strategi, tetapi elemen keempat—keputusan tentang tahapan atau pementasan rencana—belum dibahas. Sumber daya, signifikansi atau urgensinya, legitimasi pencapaian, dan mengejar

kemenangan awal adalah beberapa elemen yang mempengaruhi keputusan untuk dipentaskan.

5. Logika ekonomi atau ekonomi adalah prediksi yang jelas tentang manfaat atau biaya yang akan direalisasikan. Jelas, strategi yang baik memiliki dasar untuk realisasi keuntungan finansial pada akhirnya.

2.11.2 Tingkat-Tingkat Strategi

Terdapat empat tingkat strategi yakni sebagai berikut (Salusu, 2005:102-103).

1. *Enterprise Strategy*

Strategi berkaitan dengan bagaimana masyarakat bereaksi terhadap bisnis atau organisasi. Tanggapan perusahaan terhadap produk yang diperkenalkannya di masyarakat sebagai pelanggan produk-produk ini tidak diragukan lagi dilakukan.

Pada dasarnya, pendekatan ini dapat dipahami sebagai interaksi bisnis dengan publik. Selain konsumen, masyarakat luar juga mencakup lembaga seperti pemerintah, lembaga, dan organisasi terkait lainnya. Pendekatan ini dilakukan dengan menjalin hubungan dengan beberapa entitas di luar perusahaan dengan tujuan meningkatkan perusahaan.

strategi ini juga menunjukkan kepada publik komitmen perusahaan untuk memainkan peran positif dalam masyarakat. Tugas yang ada adalah memenuhi kebutuhan dan memberikan layanan dengan cara terbaik.

2. *Corporate Strategy*

Strategi perusahaan adalah strategi yang menangkap arah bisnis secara keseluruhan. Keberadaan rencana ini diperlukan bagi organisasi untuk berkembang secara keseluruhan dan untuk manajemen strategi produk yang efektif di semua saluran.

Pada dasarnya ada banyak bentuk strategi perusahaan. Berikut ini adalah beberapa taktik perusahaan yang berbeda.

- Strategi Pertumbuhan

Ini adalah taktik yang sangat penting pada tahap awal pembentukan perusahaan. Lebih khusus lagi, strategi yang dikembangkan untuk menangani fase ekspansi perusahaan berkorelasi dengan namanya.

- Strategi Stabilitas

Yang satu ini memiliki rencana untuk menghadapi kemerosotan bisnis yang sedang dialami. Tujuan dari rencana stabilitas adalah untuk membawa perusahaan kembali ke tingkat stabilitas sebelumnya dengan mengatasi masalah penurunan pendapatan perusahaan.

Tentu saja, taktik ini sangat penting dalam sebuah perusahaan dan perusahaan. Masa depan perusahaan akan lebih cerah dengan stabilitas yang solid.

- *Retrenchment Strategy*

Dengan yang satu ini, upaya perusahaan dikurangi atau diminimalkan melalui sebuah rencana. Rencana ini, yang sering disebut sebagai *grand strategy* dan mencakup area di mana organisasi aktif, terhubung dengan misi organisasi. Setiap lembaga pemerintah dan organisasi nirlaba harus memberikan jawaban atas masalah apa bisnis mereka dan bagaimana mereka mengaturnya, selain organisasi bisnis.

3. *Business Strategy*

Strategi yang dikembangkan untuk mengatasi masalah produk disebut sebagai strategi bisnis atau strategi bisnis. Selain itu, taktik ini digunakan saat mengelola unit perusahaan.

Rencana bisnis menekankan kesulitan keuangan serta seberapa kompetitif posisi barang dan jasa di sektor pemasaran.

Rencana pada tingkat ini menunjukkan bagaimana memanfaatkan pasar di masyarakat. Bagaimana memenangkan hati para pengusaha, politisi, dan donor untuk tujuan Anda. Semua hal tersebut dilakukan dalam upaya untuk bisa mendapatkan manfaat strategis sekaligus mendukung kemajuan perusahaan.

4. *Functional Strategy*

Strategi fungsional adalah strategi yang dikembangkan untuk mengatasi masalah yang muncul pada tingkat fungsional. Masalah dengan pemasaran,

Masalah dengan pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, operasi, dan sejenisnya muncul di benak. Yaitu:

- Fungsi yang memungkinkan perusahaan untuk bertahan sebagai unit ekonomi yang kuat termasuk dalam strategi ekonomi fungsional, termasuk yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, serta penelitian dan pengembangan.
- Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengelolaan, kepegawaian, memimpin, memotivasi, dan berkomunikasi adalah semua fungsi manajemen yang termasuk dalam pendekatan fungsional untuk manajemen.

Tujuan utama dari strategi masalah strategis adalah untuk melakukan kontrol atas lingkungan, termasuk keadaan lingkungan yang diketahui dan (Tn. Dosen.co.id 2022)

2.11.3 Strategi Media Massa

Dalam persaingan media massa khususnya media online, media sosial merupakan bagian penting dari strategi media dalam menghadapi persaingan dengan media online lainnya.

Nasrullah (2015:1) Penggunaan media sosial untuk efektivitas komunikasi mengutip Nasrullah yang mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dan terhubung, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menciptakan ikatan sosial secara digital.

Semakin banyak media sosial yang digunakan oleh media online, semakin luas jangkauan interaksi dengan calon pembaca.

Melalui berbagai media sosial tersebut, media berita online dapat "memasarkan" berita atau artikelnya ke setiap media sosial, dengan menggunakan judul yang menarik dan menyertakan link beritanya sehingga langsung diarahkan ke website media online.

Karman (2014:22) Menurut jurnal media sosial Between Freedom and Exploitation, pengguna media sosial diperlakukan seperti karyawan atau pekerja yang tidak dibayar ketika mereka menyumbangkan film, musik, atau artikel. Sebaliknya, iklan yang masuk menguntungkan bagi pemilik media sosial.

Ada banyak platform media sosial dengan konten video, termasuk *YouTube*, yang mungkin menawarkan alat atau sumber daya untuk membangun saluran atau saluran. Penonton dengan akun sudah memiliki saluran ini. Pengguna dapat menyumbangkan video ke saluran ini berdasarkan kategori atau jenis yang mereka sukai. Saluran buatan pengguna ini, mirip dengan saluran stasiun televisi di satu set, berfungsi sebagai contoh atau sebagai model produksi untuk TV mikro di media sosial.

Sumber berita online yang menghasilkan konten audio visual menyiarkan video mereka di saluran YouTube mereka menggunakan platform media sosial untuk YouTube. Youtube menawarkan pembayaran

bergantung pada sejumlah penayangan video tertentu selain lebih mudah diakses. Ini tidak diragukan lagi merupakan manfaat lain bagi media online dalam hal menghasilkan pendapatan.

Karena akses ke media digital semakin meningkat dan kini menjadi bagian kehidupan sehari-hari di era milenial, masyarakat berkembang pesat di banyak bidang. Akibatnya, outlet media tradisional perlu mempertimbangkan lebih dari sekadar memproduksi dan menyebarkan konten melalui saluran mereka sendiri; mereka juga perlu mempertimbangkan dinamika persaingan di ruang digital. Akibatnya, konvergensi media merupakan taktik penting untuk mempertahankan media tradisional, khususnya di Indonesia di mana media massa sangat kompetitif.

2.12 Manajemen Editorial

Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan, usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar rnencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari asal kata *manus* yang berarti tangan dan *agree* yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabung menjadi *managere* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan ke bahasa inggris *to manage* (kata kerja), *management* (kata benda), dan *manager* untuk orang yang melakukannya. Management diterjemahkan ke bahasa Indonesia menjadi manajemen (pengelolaan). Menurut Hasibuan (2014:19) manajemen berasal dari *to manage* yang artinya mengatur. Peraturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen. Jadi manajemen merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Menurut definisi diatas peneliti menyimpulkan bahwa

manajemen adalah suatu ilmu, seni dan proses kegiatan yang dilakukan dalam upaya mencapai tujuan bersama dengan mengelola sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara optimal melalui kerjasama antar anggota organisasi. Salah satunya manajemen berperan di dalam media online sebagai pengatur dan pengarah dalam berjalannya organisasi.

Secara leksikal, editorial atau kolom surat kabar (*newspaper column*) dikenal dengan tajuk, berarti sebagai sebuah tulisan yang isinya bersifat pemberian opini atau perspektif media mengenai sesuatu hal. Dengan kata lain disebutkan, bahwa editorial merupakan sebuah induk karangan atau tulisan dalam sebuah surat kabar atau majalah yang dipublikasikan sebagai sebuah ekspresi pandangan dari editor media. Tajuk rencana atau editorial merupakan pikiran sebuah institusi opini publik, yang menyajikan fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita penting dan mempengaruhi pendapat umum. Editorial atau dikenal juga dengan tajuk rencana, adalah salah satu bentuk tulisan yang biasanya ada dalam surat kabar.

Tajuk rencana adalah artikel yang berisi opini atau pendapat penulis yang disertai alasan, fakta, dan bukti-bukti yang meyakinkan guna mempengaruhi pembaca agar menerima dan membenarkan pendapat penulis terhadap suatu masalah penting (Tukan, 2007:140). Selanjutnya dijelaskan oleh Winarti (2008, 27) bahwa tajuk rencana berisikan tanggapan media terhadap satu peristiwa aktual. Tanggapan tersebut bisa berupa dukungan, pujian, kritikan, bahkan cemoohan. Tulisan ini adalah suara nuraini surat kabar, karena di didalamnya tercermin sikap redaksi atau sebuah persoalan. Opini yang dituliskan, diasumsikan dapat mewakili sekaligus mencerminkan pendapat dan sikap resmi pers yang bersangkutan secara keseluruhan sebagai suatu lembaga penerbitan. Sebagai suara resmi surat kabar atau majalah yang bersangkutan, editorial juga dianggap merupakan sifat atau pandangan surat kabar dan majalah terhadap

suatu berita atau peristiwa, kejadian fakta, gagasan dan opini yang berkembang ditengah masyarakat

Tajuk rencana banyak mengemukakan pendapat-pendapat atau opini. Pendapat-pendapat itu berdasarkan analisis terhadap peristiwa atau fakta yang terjadi, yang menjadi sorotan penting media. Fungsi tajuk rencana biasanya menjelaskan berita, artinya, dan akibatnya pada masyarakat. Tajuk rencana juga mengisi latar belakang dari kaitan berita tersebut dengan kenyataan sosial dan faktor yang mempengaruhi dengan lebih menyeluruh. Dalam tajuk rencana terkadang juga ada ramalan atau analisis kondisi yang berfungsi untuk mempersiapkan masyarakat akan kemungkinan-kemungkinan yang dapat terjadi, serta meneruskan penilaian moral mengenai berita tersebut. Jadi tajuk ditujukan untuk membimbing dan mempengaruhi masyarakat agar mengambil sikap tertentu terhadap suatu atau beberapa masalah.

Maka editorial media online Newstipikor.com adalah pernyataan redaksi mengenai fakta dan opini yang ditulis secara singkat, lugas, tegas, logis, menarik dan bertujuan mempengaruhi pendapat atau memberikan interpretasi terhadap berita yang menonjol, sehingga pembaca akan menyimak pentingnya arti berita tersebut.

Dalam hal ini, Joseph Pulitzer menyebutkan beberapa kriteria editorial, diantaranya adalah:

a. *Clearness of style* (jelas dalam gaya)
b. *Moral purpose* (tujuan yang bermoral)
c. *Sound reasoning* (pertimbangan yang sehat)
d. *Power of influence public opinion* (daya untuk mempengaruhi opini publik).

Dengan demikian, isi editorial harus dapat menjelaskan dan menyakinkan pembaca dengan memberikan pertimbangan nilai berdasarkan penyajian fakta

dan gagasan yang objektif, sehingga ada daya untuk mempengaruhi opini publik.

Menurut Septiawan (2005) ada beberapa langkah dalam menulis tajuk rencana:

a. *Reporting* (pelaporan), Tahap ini adalah tahap mencari permasalahan, dan mengumpulkan bahan. Penulis melakukan dua kegiatan: by reading dan by talking. Dengan by reading, peneliti membaca buku, media, kliping, internet, dan teks-teks lainnya. Sebagai sumber informasi. Melalui by talking, peneliti melakukan wawancara dengan para narasumber: dengan pejabat, tokoh masyarakat, atau pihak-pihak yang layak dan kompeten dengan masalah yang akan ditulis.
b. *Reflection* (refleksi), Merupakan tahap memilah-milah dan mengklasifikasi bahan-bahan dari berbagai sumber tadi. Proses ini membuat penulis menemukan bahan untuk judul, pengantar, isi, dan kesimpulan. Tahap ini berarti pula melakukan cek dan ricek terhadap data yang diragukan kebenarannya.
c. *Writing* (menulis), Ini merupakan tahap menulis: menyusun dan menyajikan data, fakta atau bahan yang ada ke dalam sebuah tulisan tajuk rencana dan menarik, kuat dan penting. Untuk itu, penulis tajuk rencana memaki teknis penulisan jurnalistik, yang membagi susunan penulisan dari: *tittle* (judul), *lead* (teras), *body* (isi), dan *conclusion* (kesimpulan).

Jika ditinjau dari segi jenisnya, tajuk rencana dalam penulisannya diketahui mencakup tiga jenis, yaitu meramalkan (*forecasting*), memaparkan (*interpreting*), dan mengungkapkan (*explorating*). Dengan jenis meramalkan (*forecasting*) berarti penulis tajuk rencana ini, bisa memasukkan imajinasinya, untuk memprediksi atau meramal kejadian-kejadian yang akan datang berdasarkan informasi yang melatarbelakangi ditulisnya tajuk rencana ini. Dengan jenis tajuk

memaparkan (*interpreting*), penulis tajuk rencana ini bisa digunakannya untuk memaparkan kembali berita atau peristiwa yang kurang jelas dalam pembuatan penerbitnya. Di sini, penulis tajuk bisa berfungsi sebagai guide dalam memperjelas informasi pemberitaannya.

Dalam jenis tajuk mengungkapkan (explorating), selain bersandar pada informasi pemberitaan penerbitnya, penulis tajuk rencana juga bisa mengangkat permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat sebagai sumber informasinya. Penulis tajuk seperti ini harus bisa mempunyai kepekaan dalam menjaring aspirasi masyarakat.

Berdasarkan penjelasan manajemen dan editorial, maka manajemen editorial merupakan *planning, organizing, acting,* dan *controlling* terhadap tajuk rencana atau editorial yang berisi opini atau pendapat penulis yang disertai alasan, fakta, dan bukti-bukti yang meyakinkan guna mempengaruhi pembaca agar menerima dan membenarkan pendapat penulis terhadap suatu masalah penting. Dimana media berusaha melakukan manajemen untuk mencapai tujuan editorial yaitu mempengaruhi pembaca atau khalayak untuk membenarkan pendapat penulis.

Proses manajemen dapat diringkas dalam akronim POAC, yang berarti perencanaan, pengorganisasian, tindakan, dan pengendalian. Dimana keempat tahapan kepengurusan saat ini tidak tersusun dalam garis lurus melainkan spiral. Karena itu, perusahaan mampu terus maju dan tidak pernah stagnan.

Manajemen menurut James A.F. Stone adalah proses mengatur dan mengawasi kerja suatu organisasi. Ketika kita berbicara tentang pemahaman, kita mengacu pada proses atau upaya yang dilakukan oleh manusia dan mesin organisasi yang bekerja bersama menuju tujuan bersama. Namun, Peter F. Drucker menekankan perlunya manajemen yang efisien dan sukses untuk setiap perusahaan tertentu. Yang seperti yang dijelaskan oleh Drucker, management

adalah metode yang fleksibel untuk memimpin organisasi, supervisor, pekerja, dan tugas (Publikasi Website Edmodo.id. 2022. *Pengertian Planning, Organizing, Actuating Controlling (POAC)*, (Online), https://edmodo.id/poac/, diakses 5 September 2022).

A. *Planning* (Perencanaan)

Berarti menyusun serangkaian tindakan yang telah ditentukan sebelumnya dalam urutan tertentu dengan tujuan akhir untuk mencapai suatu tujuan atau menyelesaikan suatu masalah. Pengeluaran untuk penggunaan sumber daya yang ada dan tersedia, dengan mempertimbangkan semua elemen dan kendala, dengan maksud untuk mencapai tujuan secara efisien dan berhasil adalah definisi lain dari perencanaan.

1. Faktor Penting Melakukan Planning

   Faktor-faktor penting untuk dipertimbangkan ketika merencanakan:

   - Secara khusus, perencanaan harus jelas tentang tujuan dan ruang lingkup.
   - Program kerja atau rencana kerja organisasi harus dapat diukur untuk mengukur tingkat keberhasilannya.
   - Dapat diakses, perencanaan harus dicapai, bukan hanya angan-angan.
   - Secara realistis, ia harus sesuai dengan keterampilan dan sumber daya yang tersedia.
   - Waktu harus memiliki tenggat waktu yang jelas, harian, mingguan, bulanan atau tahunan.

2. Langkah Dalam Melakukan Planning

   Langkah-langkah perencanaan:

- Analisis situasi dan identifikasi masalah
- Saat merencanakan, pertama-tama kita harus menganalisis dan mengidentifikasi situasi dalam organisasi dan tujuan organisasi.
- Tentukan skala prioritas
- Setelah analisis dan identifikasi, skala prioritas untuk melakukan kegiatan harus ditetapkan sehingga persyaratan organisasi yang mendesak diutamakan untuk memastikan keberlanjutan organisasi.
- Tetapkan tujuan program
- Agar implementasi dari semua kegiatan organisasi mengarah ke tujuan, tujuan harus ditetapkan sehingga pencapaian program dapat diukur
- Kembangkan rencana kerja operasional
- Atur POAC

B. *Organizing* (Pengorganisasian)

Istilah pengorganisasian mengacu pada proses membagi pekerjaan menjalankan organisasi di antara banyak orang yang terlibat di dalamnya berdasarkan keterampilan terkait SDM mereka. Tindakan ini tidak hanya mencakup perekrutan staf tetapi juga pembangunan struktur fisik yang diperlukan dan pengaturan prosedur operasional. Untuk menjamin keberhasilan program dan organisasi secara keseluruhan, diperlukan mekanisme pengendalian yang berfungsi. George R. Terry berpendapat bahwa tujuan organisasi adalah untuk menyatukan individu-individu yang berbeda, menyatukan sumber daya mereka, dan bekerja menuju tujuan bersama.

Orang (penempatan personel) dan sinkronisasi semua sumber daya organisasi yang tersedia memainkan peran penting dalam perencanaan dan

pelaksanaan operasi. Anggota staf memainkan peran penting dalam keberhasilan bisnis. Keberhasilan suatu organisasi tergantung pada kemampuannya untuk menjaga operasinya berjalan dengan lancar. Tugas seorang pemimpin adalah memastikan individu terbaik bekerja di posisi terbaik. Pemimpin bertanggung jawab atas hasil perusahaan dan harus memiliki kemampuan untuk melihat potensi yang ada pada orang-orangnya. Setelah orang-orang terbaik telah direkrut untuk suatu posisi, kemampuan penuh departemen SDM perlu dikoordinasikan dan diintegrasikan sehingga mereka dapat berkontribusi pada tujuan keseluruhan organisasi dengan cara yang saling melengkapi.

Langkah-langkah *organizing*:

- Tujuan organisasi harus dipahami.
- Bagikan pekerjaan dengan jelas kepada karyawan.
- Tentukan staf prosedural.
- Delegasikan otoritas.

C. Actuating (Penggerakan)

Untuk mencapai tujuan organisasi, sangat penting untuk memiliki semua orang yang terlibat dalam proses aktivasi bekerja sama. Visi, tujuan, dan rencana kerja organisasi hanya dapat terwujud jika semua anggotanya memenuhi tugas yang diberikan kepadanya. Jika pekerjaan organisasi yang diperlukan tidak dilakukan, semua perencanaan di dunia tidak akan berarti.

Akibatnya, sangat penting untuk memanfaatkan SDM perusahaan saat ini sebaik-baiknya untuk mewujudkan tujuannya. Rencana harus diikuti dengan tepat saat tugas dilaksanakan. Setiap perusahaan harus menjalankan visi, tujuan, dan program kerjanya sesuai dengan tanggung

jawab, tugas, kemampuan, dan kompetensi yang diberikan oleh departemen SDM.

Kunci sukses adalah memotivasi tim Anda untuk bekerja sama mencapai tujuannya. Kepemimpinan dan koordinasi adalah dua aspek yang harus dimobilisasi untuk mengaktifkan. Kepemimpinan adalah pendekatan seorang pemimpin untuk menyelesaikan sesuatu, dengan penekanan pada memaksimalkan semua orang dan segala sesuatu yang tersedia untuk menyelesaikan pekerjaan.

Koordinasi, di sisi lain, adalah proses yang menyatukan semua orang yang mengerjakan proyek dalam lingkungan kerja sama dan harmoni. Ketika individu yang bekerja menuju tujuan yang sama bekerja sama, mereka mengurangi kemungkinan persaingan dan kekacauan yang kejam. Koordinasi seperti ini mendorong penggunaan semua tenaga kerja yang tersedia ke arah yang diinginkan.

2. Tujuan *Actuating*
    - Ciptakan kolaborasi yang efisien.
    - Pengembangan keterampilan dan kemampuan staf.
    - Promosikan rasa memiliki dan menyukai pekerjaan.
    - Mempromosikan lingkungan dan suasana kerja yang meningkatkan motivasi karyawan.
    - Biarkan organisasi berkembang secara dinamis.
3. Pekerjaan utama melibatkan lima kegiatan, yaitu:
    - Membuat keputusan
    - Bangun komunikasi sehingga ada saling pengertian antara manajer dan bawahan.
    - Dorongan, inspirasi dan dorongan bagi bawahan untuk bertindak.

- Pilih orang yang menjadi anggota grup sesuai
- Tingkatkan pengetahuan dan sikap bawahan sehingga mereka mampu mencapai tujuan yang ditetapkan.

D. *Controlling* (Kontrol)

Fitur ini tidak hanya mengelola eksekusi program, tetapi juga mengawasi seberapa baik program tersebut dipantau, memungkinkan koreksi arah jika terjadi masalah. Hal ini memungkinkan penyaluran yang tepat dari upaya staf menuju pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

Proyek dan kegiatan organisasi lebih mudah untuk dikelola dan dikoreksi saat pengawasan dilakukan. Tindakan tenaga kerja kemudian dapat difokuskan di mana mereka akan memiliki dampak paling besar dalam membawa hasil yang diinginkan. Memastikan bahwa strategi dijalankan adalah fokus utama pengendalian.

Pengendalian diperlukan dalam bentuk pemantauan, inspeksi, atau inspeksi, untuk memastikan bahwa pekerjaan diselesaikan sesuai dengan tujuan dan rencana kerja perusahaan. Arti paling penting dari istilah-istilah ini adalah deteksi dini penyimpangan di seluruh proses, dari perencanaan hingga pelaksanaan hingga organisasi. Hal ini dapat diramalkan, disesuaikan, dan diubah secara instan terhadap posisi, kondisi, dan pertumbuhan lingkungan sekitar perusahaan.

1. Manfaat *Controlling*

- Keuntungan pemantauan/*Controlling*:
- Dapat mengetahui sejauh mana program tersebut telah dilaksanakan
- Bisa tahu penyimpangan
- Dapat mengetahui apakah waktu dan sumber daya memadai

- Dapat mengetahui penyebab penyimpangan
- Dapat mengetahui karyawan mana yang perlu menerima penghargaan/promosi

2. Proses Controlling Meliputi
   - Tentukan standar yang akan digunakan sebagai dasar untuk kontrol.
   - Mengukur implementasi atau hasil yang dicapai dengan menilai kinerja dan kompetensi sumber daya manusia,
   - Bandingkan implementasi atau hasil dengan standar.
   - Sekali lagi membandingkan hasil melaksanakan kegiatan dengan tujuan asli (rencana) dari kegiatan yang dilakukan dan mengukur keberhasilan keberhasilan mereka;
   - Ambil tindakan korektif.
   - Jika ada bug atau penyimpangan, segera lakukan perbaikan,
   - Tinjau rencana dan analisis lagi
3. Perbedaan *Controlling* Menurut Sifatnya
   - Kontrol Pencegahan

     Pemantauan dilakukan sebelum kegiatan dilakukan. Pemimpin mengawasi perencanaan kegiatan yang harus dilakukan sebelum persiapan, termasuk merekrut anggota.
   - Kontrol Represif

     Pemantauan dilakukan setelah kegiatan dilakukan dengan memantau hasil kegiatan dan evaluasi serta laporan yang diterima (pengukuran hasil yang dicapai).
   - Pemantauan Selama Proses Berlangsung

Pemantauan dilakukan sehubungan dengan proses, sehingga mengikuti proses segera dan mengkoordinasikannya jika terjadi penyimpangan.

- Pemantauan Rutin

Pemantauan dilakukan dalam periode waktu tertentu berdasarkan perjanjian (dapat dilakukan sebulan sekali, 2 atau 3 bulan).

- Pengawasan Mendadak (inspeksi)

Pemantauan dilakukan tiba-tiba untuk melihat kinerja harian staf dan untuk menghindari penyimpangan.

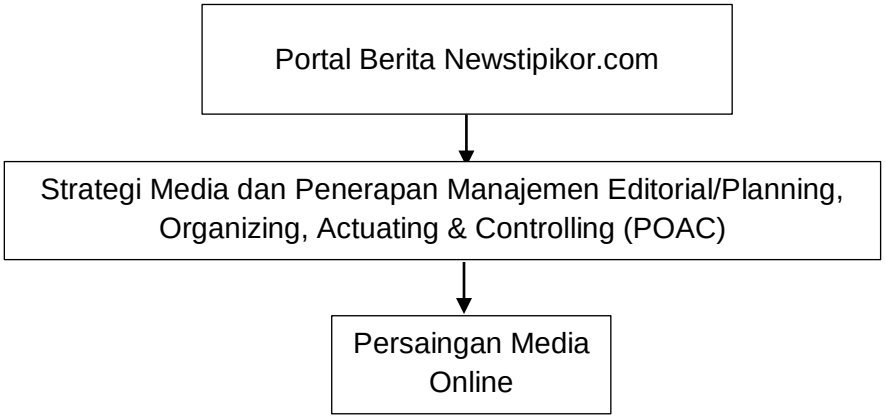
E. Pengawas (Waskat)

Pemantauan dilakukan di dekat para pekerja. Ini sering dilakukan untuk tujuan yang sangat bertarget, dengan tujuan menghilangkan ruang untuk kesalahan. Evaluasi dan pelaporan juga dimasukkan sebagai bagian dari tugas pengendalian. Istilah "evaluasi" sering digunakan untuk merujuk pada proses menganalisis hasil dari suatu tindakan atau serangkaian tindakan tertentu. Evaluasi menyeluruh akan mempertimbangkan hal-hal seperti apakah tujuan tercapai atau tidak, seberapa baik kinerja karyawan, seberapa banyak yang mereka ketahui, dan seberapa efisien dan efektif prosedur dan kegiatan penganggaran.

Menyampaikan kemajuan hasil kegiatan atau informasi tentang semua peran dan tanggung jawab kepada manajemen tingkat atas selama proses pelaporan.

2.12 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian konsep dan teori sebelumnya, berikut adalah kerangka pemikiran peneliti dalam melakukan analisis strategi di portal web Newstipikor.com.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Keadaan pikiran untuk penelitian ini dipastikan menggunakan pendekatan observasi yang melibatkan melihat organisasi media berita, khususnya editor berita media online yang bertugas menganalisis sejumlah berita dari setiap saluran berita. Metode yang digunakan adalah analisis teori POAC (perencanaan, pengorganisasian, aktuasi dan pengendalian) George R. Terry untuk membantu pemeriksaan penerapannya pada proses produksi berita.

Metode penyajian berita Newstipikor.com terkait tentang model dan juga struktur berita dari editor Newstipikor.com yang siap untuk berhasil dalam menghadapi persaingan media online kemudian akan dikembangkan dari analisis strategi media Newstipikor.com. Banyak arsip data dan dokumentasi tentang bagaimana berita disajikan dalam Newstipikor.com kantor berita juga digunakan untuk membantu penelitian ini. Ketiga fase ini menunjukkan pendekatan bisnis yang diambil oleh portal Newstipikor.com untuk bersaing dengan media online.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Mulyana (2003:145), teknik penelitian mengacu pada pendekatan yang kita ambil terhadap masalah dan langkah-langkah yang kita ambil untuk menemukan solusi.

Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain yang terkait dengan pengalaman subjek penelitian. Secara umum, dan dengan deskripsi verbal dan tertulis, di lokasi alami tertentu, dan melalui penggunaan proses alami yang beragam.

3.2 Fokus penelitian

Berikut ini adalah topik utama penelitian:

1. Analisa strategi dalam menghadapi persaingan media yang dilakukan NewsTipikor.com
2. Analisa pembuatan konten berita NewsTipikor.com yang dimana nantinya berguna untuk mengetahui masalah-masalah dan cara mengatasinya.

3.3 Penetapan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di NewsTipikor.com, yang beralamatkan Hayam Wuruk Plaza Tower lt. 16, Jl. Hayam Wuruk no. 106, Jakarta barat. NewsTipikor.com adalah yang mengutamakan informatif, inspiratif, edukatif dan religi dengan gaya bahasa positif dalam membuat konten beritanya.

3.4 Informan Penelitian

Purposive sampling adalah teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk memilih informan. Strategi *purposive sampling* ini, menurut Kriyantono

(2020:317), adalah orang yang telah dipilih dan dipilih karena sesuai dengan persyaratan untuk tujuan studi penelitian, dan sebaliknya. Orang tersebut tidak dapat digunakan sebagai sampel jika mereka tidak memenuhi persyaratan.

Kunci efektivitas *purposive sampling* adalah pemilihan informan dan peserta yang berpengetahuan luas untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Beberapa pertimbangan yang akan menjadi informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Informan merupakan pimpinan umum dan pimpinan redaksi NewsTipikor.com
   - Zainuddin Muhti
   - Andi in' amul Hasan, S. E
b. Informan merupakan wartawan liputan NewsTipikor.com
   - Rian
c. Informan merupakan reporter dan fotografer NewsTipikor.com
   - Imam Rohmatulloh
d. Bersedia menjadi informan penelitian
   - Zainuddin Muhti
   - Rian

3.5 Jenis Data

Data yang tidak dapat ditangani sebagai angka atau bukan numerik disebut sebagai data kualitatif. Dalam kebanyakan kasus, data ini hanya dapat dilihat dan dicatat untuk memberikan informasi. Mengenai yang menggabungkan data kualitatif, termasuk sudut pandang, tingkat kepuasan, dan sebagainya.

Adapun data yang peneliti gunakan terbagi menjadi 2 jenis data yakni:

1. Data Primer

Data primer, sebagaimana didefinisikan oleh Sarwono (2012: 37), adalah informasi yang dikumpulkan dari sumber asli atau pertama, juga dikenal sebagai sumber. Data primer adalah informasi yang langsung dikumpulkan peneliti di lokasi penelitian melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

2. Data Sekunder

Menurut Sarwono (2012:32) data sekunder adalah data yang telah melalui proses dari pihak tertentu, hingga data tersedia sebelumnya saat dibutuhkan.

Data sekunder adalah data yang peneliti peroleh dari beberapa referensi seperti buku, jurnal, website, dan juga beberapa literasi lainnya.

3.6 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah orang, catatan tertulis, dan faktor lingkungan. Kata-kata dan wawancara keduanya adalah jenis sumber daya manusia.

Pengamatan peneliti digunakan untuk menentukan sumbernya. Lingkungan, ruang, dan proses adalah sumber data peristiwa. Sumber data dokumenter adalah berbagai sumber yang terkait dengan isu-isu yang sedang diteliti dan dapat digunakan sebagai referensi.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan adalah bagian terpenting dari penelitian ini. Tanpa menggunakan metode penelitian, peneliti tidak akan mendapatkan data yang diinginkan. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik kualitatif yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara mendalam

Ardianto (2016:178) mengklaim bahwa wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pertemuan langsung dengan informan penelitian untuk mendapatkan informasi yang tepat dan mendalam. Keakraban dan kedekatan hubungan peneliti dengan subjek yang sedang diselidiki adalah komponen mendasar dari wawancara kualitatif. Narasumber yang dipilih adalah tokoh sejarah atau individu yang memutuskan peran penting berdasarkan isu yang sedang diteliti.

2. Observasi

Dalam kebanyakan kasus, peneliti akan melakukan pengamatan langsung terhadap subjek penyelidikan. Misalnya, dengan mengunjungi lokasi dan menilai lingkungan sekitarnya

Satu set data kemudian dapat dikumpulkan atau diproses untuk menghasilkan temuan penelitian dari pengamatan ini. Data observasional dapat digabungkan dengan metode pengumpulan data kualitatif lainnya agar lebih akurat.

3. Dokumentasi

Cara ini dilakukan dengan mempelajari atau mempelajari sejumlah dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Dokumen tersebut dapat berupa jurnal, laporan rapat, arsip surat, dokumentasi foto, gambar, buku harian, dan sejenisnya.

3.8 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2018:244) Teknik pengumpulan dan penyusunan data yang telah dikumpulkan secara sistematis melalui prosedur, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dikenal sebagai teknik analisis data dalam penelitian kualitatif.

Ardianto (2016:217) Proses pengumpulan urutan data dan penyusunannya menjadi pola, kategori, dan unit deskripsi fundamental dikenal dengan analisis data. Dia juga membuat perbedaan berdasarkan interpretasi, yaitu dengan memberikan analisis signifikansi penting, melihat pola deskripsi yang diberikan, dan memeriksa untuk melihat apakah ada deskripsi tentang bagaimana dimensi dimensi berhubungan satu sama lain.

Ardianto (2016:217) Proses pengumpulan urutan data dan penyusunannya menjadi pola, kategori, dan unit deskripsi fundamental dikenal dengan analisis data. Selain itu, ini membedakan tergantung pada interpretasi, atau dengan menawarkan analisis, pola deskripsi yang ditentukan, dan pencarian koneksi di antara berbagai aspek deskripsi, makna yang bermakna.

Yin (2018:227-237) Robert K. Yin menyatakan bahwa ada lima jenis format analisis data yang berbeda dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. *Pattern Matching*/Perjodohan

   Pola Dengan membandingkan atau menghitung pola berdasarkan data empiris yang dikumpulkan dari studi predikat kasus yang diselesaikan sebelum pengumpulan data, teknik ini memberikan pola perjodohan dan pencocokan.

   Hasilnya dapat digunakan untuk memvalidasi validitas kedua pola yang ditunjukkan di atas jika ada hubungan di antara mereka. Karena sifat deskriptif dari topik penelitian, metode yang disebut pencocokan digunakan untuk mengevaluasi prediksi awal dan menentukan relevansi sebelum mengumpulkan data tentang apa yang sebenarnya terjadi sehubungan dengan tujuan penelitian.

2. *Explanation Building*

   Metode ini digunakan untuk memeriksa data, yaitu, untuk memberikan penjelasan studi kasus terkait dengan menganalisis data dari studi kasus

yang mengembangkan penjelasan kasus menggunakan pertanyaan umum seperti "bagaimana" dan "mengapa."

3. Time-Series Analysis

Analisis menggunakan teknologi jam berbasis waktu memudahkan untuk mengidentifikasi pola dalam data. Karena pola yang menyempit, setiap studi kasus menjadi diperkuat.

4. Logic Models

Teknologi yang digunakan saat ini menggunakan model logika, yang memerlukan pengoperasian dan perekaman tindakan individu atau kelompok dalam jangka waktu yang lama untuk mengidentifikasi peristiwa yang sedang terjadi. Peristiwa akan dilaporkan menggunakan, antara lain, evaluasi berbasis studi.

5. Cross Case Synthesis

Metode ini digunakan dalam studi multi-kasus dan menekankan analisis berbasis kasus atas analisis berdasarkan variabel.

Menerapkan metode ini bertujuan untuk mempertahankan objektivitas dan membandingkan di semua skenario. Analisis data, khususnya pencocokan pola, digunakan dalam penelitian "Strategi Portal Web NewTipikor.com dalam Menghadapi Persaingan Media Online" sebagai kerangka acuan untuk analisis dan interpretasi data. Metode analisis data ini membandingkan hipotesis awal yang dibuat sebelum pengumpulan data dengan peristiwa aktual yang dialami objek penelitian.

3.9 Uji Keabsahan Data

Tiga metode dijelaskan oleh Yin (2018:41) sebagai cara untuk meningkatkan validitas suatu konstruksi: membandingkan temuan pengamatan dan wawancara; menilai konsistensi dari apa yang dikatakan suatu objek;

membandingkan dari berbagai perspektif dan sudut pandang; dan, akhirnya, membandingkan data dan dokumen yang terkait dengan temuan wawancara.

Validitas suatu konstruk dapat ditingkatkan menggunakan tiga metode berbeda, menurut Yin (2018:41), termasuk membandingkan temuan pengamatan dan wawancara, menilai konsistensi objek, membandingkan dari berbagai perspektif, dan, akhirnya, membandingkan data dan dokumen yang terkait dengan temuan wawancara.

a. Triangulasi Sumber (*Data Triangulation*)

   Teknik yang digunakan untuk mengevaluasi keandalan informasi yang dikumpulkan dari suatu sumber.

b. Triangulasi Metode (*Methodological Triangulation*)

   Ada dua cara untuk menggunakan metode triangulasi. Periksa tingkat kepercayaan pada temuan penelitian terlebih dahulu, dan kemudian tingkat kepercayaan pada sumber data.

c. Triangulasi Penyidik (*Investigator Triangulation*)

   Untuk mengurangi perbedaan dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan triangulasi sambil melakukan reexaminations pada tingkat kepercayaan data.

   Triangulasi oleh peneliti Untuk membantu mengidentifikasi dan menganalisis pesan, teknik triangulasi teori digunakan untuk melihat data yang telah dikumpulkan dari sumber-sumber dalam teori dan konsep.

3.10 Objek Penelitian

Peneliti menggunakan objek penelitian yaitu Strategi Newstipikor.com dalam menghadapi persaingan media online.

3.11 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian berlokasi pada Hayam Wuruk Plaza Tower lt. 16, Jl. Hayam Wuruk no. 106, Jakarta barat dan Jl. Pongtiku I Lorong IV, Makassar. NewsTipikor.com. Penelitian berlangsung selama 1 bulan setelah ujian proposal dilaksanakan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

Karena maraknya media internet di Indonesia, warganya dengan mudah menerima akses berita dan peristiwa yang terjadi di sana. Perhatian publik telah bergeser dari media cetak ke media internet sebagai akibat dari kecepatan dan manfaat estetika yang dirasakan dari media cetak.

Dalam hasil penelitian akan diuraikan dalam beberapa aspek pembahasan. Hasil penelitian akan dipaparkan dan dianalisa lebih terstruktur dan sistematis mengenai strategi bisnis portal web Newstipikor.com dalam menghadapi persaingan media. Penelitian ini dilakukan Hayam Wuruk Plaza Tower lt. 16, Jl. Hayam Wuruk no. 106, Jakarta barat dan Jl. Pongtiku I Lorong IV, Makassar. NewsTipikor.com.

Peneliti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi pihak terkait, yaitu pimpinan umum dan jurnalis. dengan fokus pada masalah strategi bisnis apa yang digunakan oleh agensi portal web nestipikor.com dalam menghadapi persaingan media. penelitian ini didasarkan pada teori-teori yang dikaitkan dari berbagai literatur berdasarkan teori Robert K. Yin.

Melihat lanskap persaingan sangat penting untuk mengembangkan strategi yang sukses di dunia media internet modern yang kejam. Operator outlet media online juga harus berhati-hati saat mengidentifikasi dan melayani demografi mereka.

Akibat kepemilikan media yang menimbulkan berbagai isu, seperti keinginan memangkas biaya untuk mendongkrak keuntungan, tetapi juga merugikan karyawan media dan kepentingan publik secara luas, industri media kini menghadapi sejumlah tantangan (Apriadi, 2013:137).

Jika dimasukkan ke dalam pengertian persaingan media massa, maka media massa dianalogikan dengan makhluk hidup yang harus mempertahankan hidupnya di lingkungan yang penuh dengan persaingan. Oleh karena itu, dalam mengolah analisis data, ada strategi media ini sendiri untuk menghadapi kompetisi ini. Setelah generasi pertama dan kedua yaitu surat kabar, tabloid, buku, dan media elektronik seperti radio dan televisi, generasi ketiga adalah media online. Media berbasis internet adalah yang ketiga. *Cyberjournalism*, yang sering dikenal dengan media online, adalah penyebaran berita atau konten faktual lainnya melalui internet (Syamsul, 2012:30).

Melihat lanskap persaingan sangat penting untuk mengembangkan strategi yang sukses di dunia media internet modern yang kejam. Untuk terus melayani publik dengan berita olahraga terkini, media online di Indonesia terus beradaptasi dengan norma industri saat ini, yang mengutamakan headline clickbait dan visual yang menarik. Situs web Newstipikor.com menganalisis bagaimana pengguna dengan keterampilan membaca terbatas berinteraksi dengan berita tentang peristiwa terkini.

Peneliti akan membagi dalam beberapa aspek hasil penelitian berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini.

1. Analisa strategi, meninjau banyaknya persaingan yang kini semakin marak, maka media Newstipikor.com bekerja sama dengan Kominfo untuk menyalurkan berita. profit yang didapatkan ialah mendapat upah pertiga bulan.
2. Analisa pembuatan konten, untuk mengelola akun media sosial diperlukan manajemen yang baik dan tertib agar mampu mencapai target dan tujuan kegiatan media sosial. dalam hal ini, manajemen juga memainkan peran penting bagi setiap individu dan kelompok. pada hakikatnya, sumber daya manusia, pengetahuan dan keterampilan dalam

rangka mencapai kegiatan yang efektif. Berdasarkan hasil wawancara, konten Newstipikor.com mengangkat segmen berita dengan mengulas terkait ekonomi, bisnis politik dan juga hukum.

i. Profil Web Newstipikor.com

Newstipikor.com adalah menyajikan informasi yang inovatif dan aktual dengan visi dan misi pelaporan dengan prinsip-prinsip utama, informatif, inspiratif, edukatif, edukatif dan religius dengan gaya bahasa positif yang mampu diterima oleh masyarakat dengan mengemas informasi yang objektif dengan target audiens yang jelas (https://newstipikor.com/redaksi/).

Newstipikor.com menyajikan tentang News, Politik, Ekonomi, Pendidikan, Olahraga, Gaya Hidup, Kesehatan dan Agama yang bermanfaat pada pembaca dimanapun (https://newstipikor.com/redaksi/).

ii. Struktur Organisasi Newstipikor.com

Pengurus News Tipikor Pendiri PT Bintang Citra Perkasa (https://newstipikor.com/redaksi/).

Pemipinan Umum	: Zainuddin Muhti
Penasehat Hukum	: Suhariono, S. H.
Penasehat Hukum	: Robhed Sitinjak, S. H., M. H.
Penasehat Hukum	: Purga Tory, S. H.
Pimpinan Redaksi	: Andi in’ amul Hasan, S. E
Wakil Pimpinan Redaksi	: Anwar
Redaktur Pelaksana	: Dedy Setiawan, SE
Redaktur (Editor)	: Rahman Andrian
Kordinator Liputan	: Syamsul Bachri
Reporter dan Fotografer	: Imam Rohmatulloh
Koresponde	: Fandi Setiawan

Kontributor : Ir. Lie Ferdi

Bidang Pendukung Redaksi

a. Sekretariat Administrasi Administrasi Honor
b. Peneliti Surat menyurat
c. Perpustakaan dan Dokumentasi
d. Penelitian dan Pengembangan

iii. Hasil Temuan Lapangan

Sebenarnya, ide-ide dasar berita adalah sama di semua media. Berita dihasilkan berdasarkan temuan dari pemberitaan yang berbentuk fakta penting dan menarik yang telah terjadi. Akibatnya, format presentasi juga diatur sehingga pembaca dapat memahami poin utama berita. Perlu diketahui bahwa berita tidak hanya terwujud begitu saja. Namun, manajemen kelembagaan editorial harus memiliki suara dalam memutuskan strategi berita untuk setiap berita yang disampaikan.

Mirip dengan portal berita Newstipikor.com, yang terkenal sebagai portal yang menawarkan informasi terkini dengan cepat, tepat, dan dalam bahasa yang dekat dan sederhana bagi pembaca yang mencakup komunitas penuh orang, manajemen editorial yang akurat juga diterapkan. Perencanaan, pengorganisasian, mobilisasi atau tindakan, dan pemantauan adalah empat fase manajemen redaksi juga dikenal sebagai manajemen POAC, yang diperlukan untuk mengatur konten berita sebelum disampaikan kepada publik. Manajemen editorial dilakukan oleh editor editorial di bawah arahan seorang manajer.

Sebelum berfokus pada bagaimana meningkatkan pelaporan mereka, media Newstipikor.com memastikan sumber daya editorial mereka dikelola dengan baik. Menurut Effendy (2006: 32), aspek terpenting dari manajemen media adalah perencanaan, yang dapat dilakukan setiap saat dan terutama

berkaitan dengan upaya untuk mewujudkan rencana melalui perumusan teknik operasional yang ketat. Newstipikor.com direncanakan dengan matang, seperti yang dapat diamati dari pelaksanaan perencanaan cakupan oleh manajer online yang terus-menerus ditinjau dengan mengandalkan teknologi. Situs web ini Newstipikor.com menggunakan berita hari ini dan besok (berita dari jenis yang dapat diprediksi) untuk mengisi informasi di sejumlah saluran.

Strategi berita, atau pendekatan memilih masalah, muncul dari langkah perencanaan berita. Strategi untuk melaporkan berita dan wajah situs web Newstipikor.com kemudian terpengaruh secara signifikan selama fase penyebaran. Itu hanya dapat ditunjukkan, bahkan dengan sejumlah kecil tim, dengan secara rutin menggunakan teknologi, seperti grup Whatsapp, dan mengadakan pertemuan editorial. Prosedur manajemen mungkin berjalan tanpa hambatan. Selain itu, basis media internet mengharuskan penyebaran informasi berita kepada publik secara tepat waktu, akurat, dan real-time. Totok Djuroto mengklaim bahwa struktur organisasi suatu media dibagi menjadi dua elemen utama, yaitu bagian bisnis dan bagian editorial, dalam bukunya *Press Publishing Management* (2004:22). Seorang kepala pemasaran bertanggung jawab atas departemen bisnis, dan departemen pengeditan bertugas membuat berita.

Pada tahap penilaian atau supervisi, redaksi diharapkan dapat menggunakan estimasi *Key Performance Indicators* (KPI) sebagai benchmark Pendekatan Pemilihan Isu, Strategi Riset Berita, dan strategi wajah Newstipikor.com, yang kesemuanya termasuk dalam perencanaan dan fase evaluasi.

Strategi berita tersebut kemudian dapat digunakan sebagai fase untuk mengalahkan media lokal Sulawesi Selatan setelah proses pengelolaannya

dilakukan secara berurutan. Untuk menarik pengunjung, Newstipikor.com menggunakan sejumlah metode dalam pelaporannya, beberapa di antaranya didasarkan pada temuan penelitian yang dilakukan oleh para peneliti di kantor Newstipikor.com. Strategi-strategi ini meliputi:

1. Strategi Pemilihan Isu

Setiap editor media harus memilih topik atau kekhawatiran yang ingin mereka liput dalam berita. Peristiwa yang bisa diantisipasi terjadi di kemudian hari disebut sebagai masalah dalam pemberitaan. Diskusikan peristiwa baru-baru ini di kawasan global utama, terutama di pers Timur dan Barat. (Kusumaningrat, 2015: 31). Di mana pers Barat melaporkan peristiwa, suatu proses diarahkan ke arahnya sehingga ia melihat berita sebagai pengorganisasian pembangunan daripada sebagai merchandising. Sebaliknya, sudut pandang Eastern Press melihat berita sebagai komoditas pasar yang perlu menarik agar dapat diperdagangkan nanti.

Hal ini menunjukkan bahwa Newstipikor.com menganut sistem pers Timur, yang memprioritaskan berita yang sangat penting dan relevan secara kontekstual untuk memenuhi minat khalayak yang luas. Karena berita penting akan diabaikan jika kemasannya tidak menarik, sekali lagi berusaha memenuhi harapan masyarakat di mana orang lebih memilih berita menarik daripada berita penting. Ada banyak faktor selain item berita yang mungkin memengaruhi konten berita.

Rutinitas media dapat diamati di tempat kerja di berbagai operasi Newstipikor.com, seperti memutuskan topik, memilih berita, dan mengedit berita tersebut untuk siaran online (Shoemeker dan Reese, 1996: 226). Insiden penting atau patut diperhatikan yang berpotensi berdampak pada kehidupan populasi yang lebih besar berfungsi sebagai dasar untuk berita menarik ini.

Karena itu, sebelum dipublikasikan, informasi harus disajikan dengan cara yang paling menarik. Mirip dengan masalah yang disorot oleh Newstipikor.com, tindakan harus diambil untuk mencari berita sebelum menentukan masalah, terutama seperti yang diartikulasikan dalam teori-teori seperti pengumpulan berita (pelaporan), pengeditan (seleksi), dan evaluasi (evaluasi hasil).

Langkah awal melibatkan pengumpulan informasi, meliput acara, dan penelitian oleh jurnalis. Pengolahan berita menurut norma yang telah ditetapkan, dengan penekanan khusus pada berita langsung yang disajikan melalui media internet sesuai pedoman penelitian 5W + 1H Newstipikor.com dan diagram piramida terbalik (Assegaf, 1983: 49).

Hasil liputan dikirim ke kotak masuk editor, di mana mereka dapat ditinjau dan diedit seperlunya. Dari sana, masalah komunitas dapat dikembangkan, mengingat bahwa lingkungan membutuhkan informasi yang menarik dan signifikan tentang apa yang terjadi di dekatnya.

Berita lokal diprioritaskan karena menarik untuk dilaporkan dan karena setiap daerah memiliki lembaga pemerintah, adat istiadat, dan komunitas yang unik. Sebenarnya selama Anda mengkonfirmasi, memverifikasi, dan meliput kedua belah pihak dan pihak lain, semua rumor dapat diangkat sebagai materi berita (konten kreatif). Jelas tidak ada gunanya mempublikasikan berita, bahkan jika Anda hanya berpikir itu mentah di satu sisi.

Selain amanat media untuk menyebarluaskan informasi, di sisi lain, ada tujuan keuntungan, yang memiliki efek mengikat pada profesional media dan mempengaruhi industri media. Kepemimpinan berita di News Tipikor.com kebijakan adalah fokus utama. Sampai saat ini, ia telah berfungsi secara teratur di bawah administrasinya sendiri, termasuk menangani sumber daya

tim redaksi, memproses berita, menyebarluaskan berita, meningkatkan jumlah pengunjung, dan menganalisis kesalahan atau penyimpangan dalam berita.

2. Strategi Penelitian Berita

Teknik untuk membuat berita utama di Newstipikor.com adalah dengan menulis item berita editorial sebanyak mungkin sambil terus menggunakan elemen 5W + 1H (apa, siapa, kapan, kapan, mengapa, di mana, dan bagaimana) dan kadang-kadang menggunakan pola piramida terbalik. Penggunaan bahasa tertulis untuk mengirimkan informasi kepada pembaca adalah salah satu dari dua komponen utama penelitian berita Setiati, menurut 2005: 17. (komunikatif adalah tujuannya).

Karena situs ini memiliki pembaca lokal, regional, nasional, dan di seluruh dunia, Newstipikor.com telah mengembangkan metode langsung untuk meneliti berita utama terbaru tanpa menampilkan bahasa lokal. Metode ini menggunakan bahasa standar KBBI. Redaktur dan personel redaksi internal harus memprioritaskan pembuatan tampilan aliran berita yang lebih menarik.

Dalam situasi ini, Newstipikor.com telah menggunakannya untuk menemukan dan menerbitkan berita. Persyaratan nilai berita (nilai berita), menurut bukti, baru dimulai ketika editor email diberitahu tentang isi artikel dan fakta-fakta diperiksa secara ketat untuk bahasa yang menarik, terutama dalam judul artikel.

3. Strategi Perwajahan Berita

Organisasi media harus memilih tindakan terbaik untuk diambil saat mengembangkan elemen visual portal untuk menekankan branding, yang mencakup tampilan situs serta konten berita. Menurut Mike Ward dalam

(Romli, 2012:15), salah satu ciri jurnalisme internet adalah kesegeraan atau kecepatan penyampaian informasi dari setiap kejadian.

Dibandingkan dengan media lain di daerah Sulawesi Selatan, di mana revisi headline secara rutin dilakukan sesuai dengan fakta terbaru, ini menunjukkan pendekatan branding yang sangat cepat terkait dengan masalah tampilan (*headline*l) situs web utama. Lima berita utama yang berubah secara bertahap memberikan gambar atau foto aspek yang hidup. Lima artikel teratas termasuk yang termasuk dalam judul berita lokal, konten kreatif, berita dari seluruh dunia, berita nasional, dan berita penting.

Pemirsa hanya perlu mengklik salah satu alat yang tersedia untuk membaca berita secara keseluruhan. Selain itu, presentasi arsitektur web yang ramah media lebih menekankan pada tampilan smartphone daripada pada tampilan desktop, sehingga lebih mudah bagi pembaca untuk mengonsumsi berita di Newstipikor.com.

Strategi penyebaran informasi yang mengandalkan web yang saling terhubung dan kredibilitas media rujukan keluarga. Karena jumlah pengunjung hanya dapat ditentukan oleh pembaca yang mengklik situs Newstipikor.com, kami mendorong Anda untuk membagikan konten kami di situs media sosial populer dan terkemuka seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube dengan menyertakan tautan ke situs kami .

Kemudian, lakukan semua yang bisa untuk menjaga agar informasi tetap segar dengan menemukan cara baru dan kreatif untuk menyebarkan berita, terutama melalui materi berita regional atau lokal. Newstipikor.com telah mencari iklan hingga saat ini dalam upaya untuk menarik lebih banyak orang. Semua rumor berpotensi menjadi viral, tetapi harus tetap menyadari hak untuk merespons, yang merupakan hak untuk memasukkan nama atau

kemiripan dalam berita, serta kewajiban media untuk memasukkan tanggapan dalam salinan tubuh berita.

4.2 Pembahasan

Di Indonesia, ketersediaan sumber berita online telah menormalkan keterpaparan masyarakat terhadap berita dan acara lokal. Perubahan minat masyarakat terhadap media baru, khususnya media online, yang dipandang lebih cepat dan didukung tampilan yang menarik, membuat transisi dari media cetak ke media online tak terhindarkan. Dengan menjadi fleksibel dan menghasilkan solusi baru, bersama dengan taktik bisnis baru.

Hasil penelitian menunjukkan hadirnya media-media baru sangat mempengaruhi kesinambungan tiap media. setiap portal media perlu adanya pembaharuan baik dari teknik strataegi bisnis maupun dalam penyajian informasi. yang mana saat ini berita/informasi sudah sangat mudah diakses dengan berbagai *New-Media* yang bermunculan maka semakin tinggi pula tingkat persaingan.

Persaingan media semakin ketat, sehingga manajemen Newstipikor.com untuk mengantisipasi persaingan dengan menghadirkan segmen berita yang memang dikemas berbeda dengan media lain, serta meningkatkan konten dan berita di situs Newstipikor.com agar dapat memberikan informasi sesuai dengan karakternya sebagai media online yang hanya menyajikan berita terkait politik hukum dan bisnis. Berbasis online yang dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja dan kapan saja. dan tidak menggunakan layanan iklan untuk bertahan hidup.

Meskipun persaingan ketat dari media olahraga online lainnya, Newstipikor.com harus memanfaatkan peluang dan keuntungan yang ada. Jika dibandingkan dengan media pesaing, mereka memberikan visual yang lebih kuat

dan pelaporan yang tepat waktu. Memang benar bahwa Newstipikor.com lebih lambat dari Gorillasport, tetapi itu tidak berarti bahwa yang terakhir tidak mewakili tantangan bagi para pemain mapan di industri media olahraga online. Banyak publikasi web Indonesia telah menunjukkan minat untuk mendaftarkan Newstipikor.com untuk membantu mereka dalam memproduksi konten visual dan komik digital mereka sendiri. Disitulah letak bahaya yang ditimbulkan oleh Newstipikor.com, karena media online lain tidak dapat menyediakan materi grafis yang sama menariknya.

Newstipikor.com membutuhkan lebih banyak waktu untuk membangun tujuannya sebagai berita bisnis pertama dan terbesar di Indonesia Timur agar dapat bersaing dengan media online yang hadir sebagai media baru yang menyampaikan informasi di masyarakat. Hal ini ditegaskan oleh fakta bahwa ada elemen strategis yang tak terhindarkan untuk setiap berita.

Strategi adalah rencana yang luas untuk mencapai semua tujuan organisasi dalam menjalankan misinya. Akibatnya, bahkan jika suatu strategi tidak pernah diartikulasikan secara formal, setiap organisasi selalu memilikinya karena itu adalah pola bagaimana ia merespons lingkungannya melalui waktu. Media massa khususnya media berita, harus memiliki perencanaan agar dapat bersaing dengan media lain khususnya media internet. Direktur pelaksana, pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, dan jurnalis harus berkolaborasi untuk mengembangkan rencana ini.

Menggunakan kombinasi wawancara mendalam, peneliti menemukan berbagai tanggapan tentang strategi yang digunakan oleh Newstipikor.com untuk bersaing dengan media online.

1. *Planning* (Perencanaan)

   Proses perencanaan memerlukan pengumpulan informasi dan menentukan langkah-langkah yang harus diambil untuk mendapatkan hasil

yang diinginkan. Tanggung jawab utama manajemen adalah perencanaan, yang harus mencakup seluruh proses pengeditan. Membuat keputusan merupakan komponen integral dari proses perencanaan karena semuanya mengalir dari langkah-langkah yang diperlukan untuk mengimplementasikan rencana. Pentingnya perencanaan tidak dapat dilebih-lebihkan karena banyaknya fungsi yang dilayaninya dalam mekanisme operasi. Biasanya, outlet berita memiliki strategi manajemen profesional dan telah memutuskan topik apa yang akan mereka liput sebelum dicetak. Editor bertanggung jawab penuh atas konten setiap masalah, dan staf ditugaskan untuk membagikan masukan mereka kepada editor.

Pimpinan redaksi Newstipikor.com mengatakan bahwa:

> "Rapat redaksi dilaksanakan setiap hari di pagi hari, biasanya dilakukan di ruang rapat atau grup whatsapp dan lebih dominan di grup whatsapp, tujuannya agar lebih efisien waktu, selain itu isu yang diangkat merupakan isu yang hangat dibahas di masyarakat yang akan dipublikasikan merupakan isu dari hasil pertemuan yang disepakati".

Setiap pagi, pemimpin redaksi, redaktur pelaksana shift, editor rubrik dan konten, dan beberapa jurnalis lainnya berkumpul untuk rapat membahas materi hari itu. Newstipikor.com memprioritaskan berita berdasarkan seberapa besar kemungkinannya untuk menarik khalayak yang besar. Rapat redaksi berusaha untuk mengambil perhatian para pembaca dengan strategi yang dilakukan oleh Newstipikor.com yaitu mengambil isu-isu berita yang sedang berkembang ditengah masyarakat. Dengan strategi tersebut, Newstipikor lebih berpeluang mendapatkan atensi dari masyarakat untuk membaca berita yang telah diterbitkan.

Menurutnya, strategi masalah ditentukan dengan masukan dari pimpinan umum:

> *"Sementara pemimpin redaksi membuat keputusan akhir tentang subjek yang ada, sutradara dibawa untuk tahap perencanaan pertama. Selama tidak membahayakan kepentingan media dan pihak-pihaknya, Direktur akan dimintai nasihat dan bimbingan tentang rencana pemimpin redaksi untuk memastikan bahwa mereka tidak mengganggu keseimbangan bisnis media atau perbaikan itu sendiri. Ini berlaku bahkan jika ada masalah dengan konten ekonomi bisnis yang bertentangan dengan ideologi Newstipikor.com."*

Profesional bisnis adalah contoh nyata dari segmentasi yang menginformasikan pilihan tujuan Newstipikor.com dalam memfilter penggunanya. Fokus utama Newstipikor.com untuk mengangkat isu-isu mengenai ekonomi dan bisnis yang lagi berkembang ditengah masyarakat. Media Newstipikor.com fokus menargetkan pembaca untuk fokus pada isu-isu ekonomi bisnis

Tugas pelaporan secara teknis dilakukan oleh Newstipikor.com ketika prosedur pelaporan pada topik yang disepakati akan dilanjutkan.

Pendapat Redaktur Pelaksana sebagai berikut:

"Sebelum mengirimkan reporter ke lapangan, para editor mengadakan pertemuan di antara tim mereka, termasuk mereka yang bertanggung jawab atas materi ekonomi bisnis, perbankan, perdagangan, dan lain-lain. Perbedaan antara keprihatinan nasional dan lokal juga dapat menyebabkan perpecahan tim, terutama jika yang pertama membutuhkan kolaborasi di tingkat nasional sedangkan yang terakhir akan diselesaikan oleh individu.".

Jurnalis di Newstipikor.com mengikuti prosedur yang dipikirkan dengan matang untuk mengarsipkan berita, yang dirancang untuk merampingkan liputan mereka dan menghilangkan ambiguitas yang dapat memperlambat kinerja organisasi.

> *"Proses pelaporan sudah diatur, karena redaksi akan memberikan arahan terkait isu-isu yang akan dibahas dan menyiapkan poin-poin pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber dan juga siap menjadi narasumber".*

Data yang dikumpulkan dari wawancara menunjukkan bahwa Newstipikor.com berusaha keras dalam pembuatannya. Hal ini terlihat dari perencanaan yang matang hingga rapat redaksi seperti mengumpulkan,

berdiskusi hingga menentukan isu. Lebih dari itu media Newstipikor.com telah menentukan fokus pada segmentasi isu ekonomi dan bisnis. Dengan ditetapkannya fokus isu yang akan diangkat semakin mempertegas bahwa media Newstipikor.com merupakan media yang membahas isu ekonomi dan bisnis secara *up to date* sehingga pembaca secara tidak sadar ketika mencari mengenai isu ekonomi dan bisnis, pikirannya akan mengarah pada media online Newstipikor.com. Fokus isu-isu juga merupakan hasil dari musyawarah antar anggota dan tentunya dengan pemimpin redaksi.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Untuk melaksanakan rencana dan mencapai tujuan organisasi, perlu untuk mengatur tuntutan personel dan setiap sumber daya fisik yang tersedia untuk bisnis. Proses pengorganisasian juga mencakup pendelegasian tanggung jawab, memecah proyek besar menjadi bagian-bagian yang dapat dikelola, dan memutuskan siapa yang melakukan apa. Struktur Newstipikor.com dijalankan dengan baik dan terorganisir dengan baik. Untuk memastikan proses kerja Newstipikor.com tidak terganggu, telah mengalokasikan tugas antar departemen secara adil.

> *"Kita semua telah diberi tugas tertentu dalam departemen kita, tetapi jika ada di antara kita yang mengalami masalah, kita membicarakannya dan mencoba mencari cara untuk mengatasinya, karena kolaborasi sangat penting. Kerja sama tim yang kuat ada di Newstipikor.com karena, jika terjadi masalah yang tidak terduga, semua orang yang bekerja sama dapat menyelesaikan masalah tersebut dengan sedikit gangguan pada cara kerja ".*

Dalam menyelenggarakan isu konten ekonomi bisnis di Newstipikor.com membagi beberapa konten ekonomi seperti konten keuangan, perdagangan, dan perbankan. Penentuan jurnalis juga dilakukan ke dalam setiap konten yang akan disesuaikan dengan dasar-dasar yang dimiliki, namun tidak menutup kemungkinan penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan jurnalis.

> *"Pembagian konten liputan sudah sesuai dengan porsinya, namun setiap jurnalis tidak akan puas dalam satu konten hanya karena ada kolaborasi yang dilakukan agar jurnalis dapat memahami setiap konten dalam Newstipikor.com".*

Pengelompokan kegiatan perusahaan/redaksi atau subdivisi lain seperti editor untuk melihat apakah mereka memiliki sumber daya manusia (SDM) yang cukup untuk memenuhi tujuan mereka adalah bagian penting lain dari Organisasi. Newstipikor.com juga meluncurkan proses rekrutmen untuk meningkatkan sumber daya manusia, menggunakan metode yang sudah teruji termasuk menguji minat calon jurnalis di bidang penelitian dan antusiasme untuk mengikuti tahap pelatihan.

> *"Rekrutmen Newstipikor.com selalu mengikuti prosedur dalam merekrut calon jurnalis. Rekrutmen ini dilihat dari pengalaman dan ketertarikan mereka pada jurnalisme karena tidak semua individu dapat merasa betah bekerja di media jika tidak memiliki sifat ini".*

Pembahasan sebelumnya menunjukkan bahwa media Newstipikor.com telah berhasil menyelesaikan fase organisasional dengan baik. Dimana media Newstipikor.com telah melakukan pembagian tugas berdasarkan dengan jobdesk-nya masing-masing. Pengorganisasian yang dilakukan sangatlah terstruktur dan rapi sehingga rantai komando dan proses kerja yang ada di dalam organisasi dapat berjalan dengan baik. Inilah yang menjadi kekuatan dalam berjalannya media online Newstipikor.com sehingga mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3. *Actuating* (Penggerakan)

Mobilisasi adalah peran pemimpin/atasan terhadap karyawan langsung sesuai dengan tujuan organisasi. Penyutradaraan adalah implementasi rencana, berbeda dengan perencanaan dan pengorganisasian. Mobilisasi membuat urutan rencana menjadi tindakan di dunia organisasi. Sehingga tanpa tindakan nyata, rencana tersebut akan menjadi imajinasi atau mimpi yang tidak pernah menjadi kenyataan.

> *"Peninjauan kembali adalah menentukan sikap yang tepat dalam menjalankan tugasnya dengan memberikan pemahaman kepada wartawan terlebih dahulu mengenai isu-isu yang akan diliput dan menyediakan lokasi peliputan serta menentukan narasumber yang akan diwawancarai, hal ini untuk memudahkan tugas peliputan".*

Kegunaan *drive* yaitu mengarahkan pekerja sedemikian rupa sehingga mereka melakukan pekerjaan kritis sesuai dengan kemampuan mereka dan sumber daya yang mereka miliki. Keberhasilan rencana akan sangat terbantu oleh komunikasi yang jelas, penanaman motivasi, dan penerapan kepemimpinan yang baik.

> *"Di Newstipikor.com, karyawan bekerja sama untuk mencapai produktivitas maksimal sesuai dengan protokol dan strategi mutakhir yang telah ditetapkan. Ini adalah bentuk support berkelanjutan yang dapat diandalkan."*

Konten portal web dan media berita berbeda, begitu juga konten berita yang dapat ditemukan di Newstipikor.com. Ada materi ekonomi yang lebih mendalam dan padat di media cetak, sedangkan portal online lebih bersifat generik dan mengedepankan kecepatan tanpa mengorbankan kebenaran data.

> *"Media berita akan memberikan konteks tambahan untuk berita yang muncul di internet, tetapi berita yang muncul di media berita tidak akan muncul secara online. Ini dilakukan sebagai teknik untuk mendorong orang yang membaca artikel berita di situs web untuk membaca berita untuk liputan yang lebih komprehensif tentang topik yang sama."*

Tujuan Newstipikor.com adalah untuk melibatkan orang-orang agar outlet berita tradisional tidak dilupakan di era jurnalisme digital. Mengingat pertumbuhan eksponensial teknologi yang tak terhindarkan di tahun-tahun mendatang, ini sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan, melihat hal ini membuat media berita harus terus berinovasi.

Newstipikor.com dalam strategi beritanya tidak melakukan sesuatu yang istimewa, melainkan meningkatkan kontennya. Sehingga konten yang dimiliki

oleh Newstipikor.com mencakup konten khusus yang membuatnya harus berinovasi dalam meningkatkan konten.

> *"Konten berita yang dihasilkan oleh media kami dalam bentuk grafik dan menggunakan banyak gambar seperti karikatur agar pembaca tidak bosan jika dibandingkan dengan media online."*

Newstipikor.com tetap eksis berkat inovasi konstan yang membuat pembaca tetap tertarik, termasuk penggunaan bahasa yang dapat dipahami secara universal dan penggabungan elemen visual yang menarik seperti kartun dan grafik.

Salah satu cara untuk mempertahankan perhatian pembaca adalah melalui penggunaan framing berita dalam penyajian cerita.

> *"Pendekatan kami terhadap konten adalah membingkai berita atau topik berita sedemikian rupa sehingga pembaca media kami memiliki pengalaman yang berbeda dari pembaca media lain."*

Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa media Newstipikor.com sangat efektif selama fase penggerakan (*actuating*). Hal ini terlihat dari yang dilakukan sesuai dengan rencana yang ditetapkan selama pelaksanaan. Kemudian media Newstipikor.com terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk membuat pembaca tertarik dengan hasil atau karya dari penulis. Alur kerja liputan media dan mekanisme operasional lainnya dapat dipengaruhi oleh pengarahan seperti ini.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Memastikan semuanya berjalan sesuai rencana adalah tentang pengawasan. Mengetahui seberapa baik strategi yang ditetapkan telah bekerja dengan sesuai. Salah satu peran utama pengawasan adalah menilai perlu atau tidaknya dilakukan perubahan terhadap strategi awal berdasarkan kinerja aktual sejauh ini. Seorang pemimpin yang menyadari perlunya

perubahan akan menggunakan informasi yang diperoleh melalui pengawasan untuk menginformasikan putaran perencanaan berikutnya.

Newstipikor.com, dalam perannya sebagai pengawasan, mengamati bahwa cara pelaksanaan pekerjaan sudah berjalan dengan baik, karena sebelum proses pencetakan dilakukan pertemuan untuk meninjau hasil liputan wartawan. Harapannya, hal ini akan mengurangi terjadinya kesalahan dan tidak adanya informasi yang diperlukan.

> *"Jika ada kesalahan dalam informasi, kami kembali ke reporter dan berdiskusi tentang apa yang salah dan bagaimana memperbaikinya. Jika resolusi tercapai, jurnalis akan kembali re-reporting".*

Jika berita tercetak tidak sesuai dengan ketentuan *re-reporting*, Newstipikor.com akan melaporkan kembali agar pembaca tidak memperoleh informasi palsu. Newstipikor.com menggunakan sistem kerja sama tim untuk memastikan kelangsungan operasionalnya.

Setiap hari, Newstipikor.com mengadakan sesi penilaian untuk memutuskan apakah berita layak diterbitkan. Setiap hari Jumat, selain rapat harian, dilakukan rapat penilaian untuk mengkaji mekanisme operasional minggu tersebut.

> *"Dua kali pertemuan dalam rangka evaluasi diadakan. Pertama, setiap hari sebelum masuknya waktu petang, ada pertemuan untuk menganalisis berita utama hari itu dan mengevaluasi apakah media berita meliputnya atau tidak. Pertemuan kedua adalah pertemuan penilaian mingguan, yang terjadi setiap hari Jumat sore dan di mana seluruh proses kerja editor dibedah."*

Ketika pelaksanaan rencana tidak sesuai harapan, Newstipikor.com menyelidiki akar penyebab untuk memastikan hal seperti itu tidak pernah terjadi lagi.

> *"Jika tujuan perusahaan tidak tercapai, maka setiap hari, penilaian akan dilakukan untuk menentukan apa yang salah."*

Maka dari itu, peneliti mengambil kesimpulan bahwa prosedur pengawasan Newstipikor.com berjalan lancar. Sebagai contoh, pertimbangkan bagaimana penerbit memeriksa ulang karya mereka sebelum merilisnya ke public, ini memastikan bahwa pembaca hanya mendapatkan materi yang otentik dan diperiksa faktanya. Manajemen newstipikor sangat ketat melakukan pengawasan mulai dari keabsahan berita atau data yang akan diangkat dan proses editing yang diawasi sehingga memberikan informasi yang dapat meraih atensi pembaca maupun khalayak umum.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dibahas maka peneliti mengambil kesimpulan yaitu, pada agenda perencanaan (*planning*) yang dilakukan oleh Newstipikor.com ialah melakukan pekerjaan yang baik dalam mempersiapkannya. Hal ini terlihat dari perencanaan yang matang hingga rapat redaksi seperti mengumpulkan, berdiskusi hingga menentukan isu. Dengan fokusnya pada segmentasi tertentu membuat suatu media lebih dikenal oleh pembaca dan khalayak umum sehingga media Newstipikor.cm mampu mempertahankan eksistensinya.

Kemudian pada agenda pengorganisasian (*organizing*), media Newstipikor.com telah mengatur sesuai dengan jobdesk karyawannya sesuai dengan posisi dan keahlian yang dimiliki. Pengorganisasian yang dilakukan sangatlah terstruktur dan rapi sehingga rantai komando dan proses kerja yang ada di dalam organisasi dapat berjalan dengan baik.

Media Newstipikor.com dalam melakukan tahapan penggerakan (*actuating*) sesuai dengan rencana yang ditetapkan selama pelaksanaan. Kemudian media Newstipikor.com terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk membuat pembaca tertarik dengan hasil atau karya dari penulis.

Newstipikor.com dalam melakukan proses pengawasan (*controlling*) yang dilakukan oleh manajemen newstipikor sangat ketat melakukan pengawasan mulai dari keabsahan berita atau data yang akan diangkat dan proses editing yang diawasi sehingga memberikan informasi yang dapat meraih atensi pembaca maupun khalayak umum.

Berdasarkan paparan simpulan hasil yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan secara menyeluruh dimana media Newstipikor.com beserta jajarannya telah melakukan *planning, actuating, organizing* dan *controlling* dengan sangat baik. Integrasi dari kepatuhan manajemen dalam menerapkan POAC membantu media Newstipikor.com menjaga eksistensinya dan tetap meraih atensi pembaca maupun khalayak umum pada hasil berita yang telah diterbitkan oleh penulis.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan mengumpulkan temuan, peneliti harus menawarkan panduan di sejumlah bidang yang dapat diterapkan oleh portal berita seperti Newstipikor.com untuk melayani masyarakat umum dengan lebih baik, terutama masyarakat setempat. Rekomendasi ini meliputi:

1. Saran untuk organisasi media Newstipikor.com untuk menjaga keberlangsungan manajemen dalam menjalankan POAC dengan sangat baik.
2. Saran untuk organisasi media Newstipikor.com untuk lebih memanfaatkan sumber daya manusia yang dimiliki sehingga mampu menjaga eksistensinya dan lebih banyak mendapatkan atensi dari pembaca maupun khalayak umum.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah. (2021). Model Komunikasi Jejaring Sosial dan Media Massa dalam Konteks Pesan Publik. Jurnal Dialektika Komunika Vol 9 No 1. Hal 1-16.

Dyatmika, Teddy. (2021). Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Zahir Publishing.

Muflihun, Ni'am Azzazami. (2018). Pesan Headline Dalam Media berita (Analisis Pesan Dalam Headline Media berita Nasional Kompas, Jawa Pos, Dan Republika Edisi 14 Mei 2018. Skripsi (S1) Thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nur Cholis dan Dian Wardiana. (2018). Manajemen Strategi Redaksi Dan Bisnis Koran Olahraga Topskor Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online di Era Konvergensi Media. Jurnal Jurnalisme Vol 1 No. 2. Fakultas Ilmu Komunikasi Padjajaran: Jatinangor.

Nurudin. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Purba, Bonaraja. (2020). Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar. Makassar: Yayasan kita peneliti.

Razali, Geofakta. (2022). Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi dan Elektronik. Bandung: Media Sains Indonesia.

Rusdiana. (2018). Etika Komunikasi Organisasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi.Bandung: UIN SGD bandung

Salusu. (2005). Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non-Profit.Grasindo. Jakarta

Saputra, Riki (2019) Kelayakan Unsur Berita Di Portal Media Online Sumeks.Co Dalam Meningkatkan Minat Pembaca. Tesis Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang.

Satria, Kusuma. (2016). Posisi Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Online Di Indonesia. Jurnal Komunikasi Vol 1. Unika Atma Jaya Jakarta

Siregar, A. (2006). Etika komunikasi. Indonesia: Pustaka.

Tamami. (2013). Strategi Programming Untuk Memperkenalkan Acara Baru \"Koki Lima\" Trans Tv Kepada Audiens. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Bina Nusantara Jakarta

Septiawan, Santana. 2005. Jurnalisme Kontemporer.Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Sumber lain

Febrina Ita Fitri Anti, Penggunaan Bahasa Juralistik dalam Penelitian Berita Metrojambi.com Skripsi S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makasar, 2020

Haryanto, Ignatius. (2014). Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Abad 2. Jakarta: Kompas.

Karman. (2014). Media social: antara kebebasan dan eksploitasi. Jakarta : Balai Pengkajian dan pengembangan komunikasi dan informatika (BPPKI).

Kusuma pertiwi, wahyunanda. (2018). Riset ungkap pola pemakaian medsos orang Indonesia.https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-orang?page=all (diakses pada 19 Juni 2022 22:27).

Latief, Chaerul. (2010). Fungsi Komunikasi Massa dalam televisi (studi kasus program acara "bukan empat mata" di TRANS 7). The Mesengger, volume II no. 1.

Maxmanroe.2018. https;//www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-media-online.html (diakses pada 27 Juni 2022 12:23)

Nadin, A. M., & Ikhtiono, G. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, *3*(1), 206-213.

Pakdosen.2020. Pakdosen.2020.https://pakdosen.co.id/persainganadalah/https://daviahmad.weebly.com/persaingan-media.html (diakses pada 11 Juni 2022 13:45)

Publikasi Website Edmodo.id. 2022. *Pengertian Planning, Organizing, Actuating Controlling (POAC)*, (Online), https://edmodo.id/poac/, diakses 5 September 2022

Putra, L. B. (2018). *Pemanfaatan New Media oleh Band Indie di Kota Malang (Studi kasus pada website iHeartGigs)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Setiawan, Asep. 2020. Publikasi Opini Web Dewan Pers: *Media Online Perlu Berbenah Diri*, (Online), https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media_Online_Perlu_Berbenah_Diri, diakses 3 Sptember 2022

Sutrisno. 2019. Manajemen Strategik. https://www.scribd.com/doc/294195466/MAKALAH-STRATEJIG (diakses pada 11 Juni 2022 13.34)

Suintri. 2013. Pengaruh penerapan akuntasi keuangan entitas tanpa akuntabilitas public terhadap kualitas laporan keuangan (studi pada bank prekreditan rakyat di kota bandung)

Syaipudin, Latif. (2020). Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19. Kalijaga Journal of Communication 2.1.

Setiadi, Ahmad. (2015). Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi. Karawang: AMIK BSI.

Yumiarti, Y., & Komalasari, B. (2020). Pemanfaatan Internet dan Agenda Setting Media Massa. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, *5*(1), 69-88.

Wijaya, S. H. B., Pawito, P., & Arifin, H. (2018). Dampak Kehadiran Media Baru di Era 4.0 pada Industri Suratkabar di Kota Sulawesi Selatan. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, *2*(01), 130-141.

Kegiatan kunjungan oleh Pimpinan umum Media ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (KEMENKUMHAM)