

**PEMBUATAN DESIGN MEDIA PORTALMALANG.COM MELALUI  
WORDPRESS.COM**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Pengajuan Skripsi**



**OLEH:**

**HANIFUDDIN MUSA NIM**

**2018230069**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
MALANG**

**2022**

Hanifuddin Musa, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2022, PEMBUATAN  
DESIGN MEDIA PORTALMALANG.COM MELALUI WORDPRESS.COM

Dosen Pembimbing Utama : Fathul Qorib, S.I.Kom., M.I.Kom

Dosen Pembimbing Pendamping : Latif Fianto, S.I.Kom.,M.I.Kom

---

## RINGKASAN

Desain *internet* yang baik membantu memandu mata pengguna atau pengunjung dan memberi tahu mereka harus kemana saat mengakses *internetsite* tersebut. Di situs *internet*, desain dapat menarik perhatian ke penawaran khusus, menyoroti ajakan bertindak, dan membantu pengguna mengidentifikasi tombol dan elemen yang dapat diklik. Semua hal ini dapat membantu mendorong pengguna untuk mengambil tindakan yang diinginkan.

Situs Portalmalang.com yang menjadi objek dari tugas akhir ini juga memiliki kepentingan terhadap *internet* desainnya. *Internetsite* yang dimiliki Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi ini memadukan banyak unsur desain *template* untuk *microblogging* sehingga muncul sebuah tampilan yang cukup baik. Tampilan *internet* Portalmalang.com didesain sedemikian rupa agar menjadi *internet* yang *responsive*.

Pembuatan *internetsite* Portalmalang.com memiliki banyak langkah untuk menjadikannya bisa diakses dengan mudah, menyenangkan, dan informatif. Mulai dari pemilihan *hosting* atau rumah bagi *internet* Portalmalang.com. *Hosting* adalah sebuah tempat yang digunakan untuk menyimpan semua data yang kita unggah pada Portalmalang.com, seperti teks, gambar, video, dan animasi yang bisa diakses dengan mudah oleh pembaca.

Setelah memilih *hosting* pada *blogger* berupa WordPress.com yang gratis, kemudian mengarah pada pembuatan domain, pemilihan *template* atau tema *internetsite*, serta penyesuaian pada label, *rubrikasi*, hingga tata letak setiap komponen yang ada di *internetsite* Portalmalang.com. Pembuatan *internet* Portalmalang.com ini sesuai dengan tujuan tugas akhir yaitu mengimplementasikan

pengetahuan pada perkuliahan jurnalistik untuk dapat membuat *internetsite* yang informatif dan terpercaya yang dapat digunakan sebagai media *branding* dan media komunikasi massa.

**Kata Kunci : Portal Malang, WordPress, *Internet Design***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi massa ialah cara penyampaian dan pertukaran informasi melalui media massa kepada segmen populasi yang besar. Komunikasi massa berbeda dari jenis komunikasi lainnya, seperti komunikasi interpersonal dan komunikasi organisasi. Karena komunikasi massa ini berfokus pada sumber daya tertentu yang mentransmisikan informasi ke banyak penerima. Studi komunikasi massa tersebut juga berkaitan dengan bagaimana isi komunikasi massa yang membujuk atau mempengaruhi perilaku, sikap, pendapat, atau emosi orang yang menerima informasi (Hartley, 2007:19).

Menggunakan komunikasi massa, data dapat diteruskan dengan cepat ke banyak individu yang pada umumnya jauh dari sumber data. Untuk diketahui, komunikasi massa dilakukan melalui berbagai media, seperti radio, TV, organisasi informal, papan, koran, majalah, buku, film, dan internet. Namun, di era *modern* ini, komunikasi massa digunakan untuk menyebarkan informasi yang seringkali tentang politik dan topik bermuatan lainnya. Dalam kata lain, ada hubungan besar antara media dengan pemangku kebijakan public untuk mengejar sebuah keinginan. Dengan media massa ini, komunikasi massa yang diinginkan tadi bisa tersampaikan.

Littlejohn dan Foss (2009:24) mencirikan komunikasi massa sebagai interaksi dimana asosiasi media memproduksi dan mengirim pesan kepada orang-orang pada umumnya. Dimana, pesan-pesan itu dicari, dimanfaatkan, dipahami, dan dipengaruhi oleh khalayak ramai. Lebih lanjut McQuail (2010:87) juga mengatakan bahwa komunikasi massa adalah siklus korespondensi yang bekerja pada tingkat wilayah lokal yang lebih luas, yang dapat dengan mudah dikenali oleh wilayah setempat.

Pada dasarnya, komunikasi massa adalah pertukaran pesan publik melalui media atau saluran yang didorong inovasi ke sejumlah besar penerima manfaat. Sumbernya sebagian besar waktu dilakukan oleh asosiasi media yang sangat besar, pesannya bersifat publik, dan kerumunan pada umumnya akan sangat

besar dan berfluktuasi.

Komunikasi massa beroperasi melalui media massa dengan manajemen yang khas pada masing-masing perusahaan. Komunikasi luas dapat diartikan sebagai inovasi yang direncanakan untuk menghubungi massa. Media adalah metode utama untuk korespondensi yang digunakan untuk menjangkau mayoritas populasi secara keseluruhan. Tahapan yang paling dikenal luas untuk komunikasi luas adalah surat kabar, majalah, radio, TV, dan *internet*. Populasi keseluruhan umumnya menggunakan komunikasi yang luas untuk memberikan data tentang isu-isu yang berpusat pada kebijakan, isu-isu sosial, hiburan, dan berita dalam masyarakat arus utama (Hartley, 2007).

Komunikasi luas telah berkembang secara fundamental setelah beberapa waktu. Seperti surat kabar. Makalah adalah tahap pertama untuk komunikasi luas yang juga digunakan orang pada umumnya untuk memberikan data terbaru tentang perkembangan terkini.

Pasca surat kabar, beberapa abad setelah fakta, selama tahun 1890-an, muncul penciptaan radio. Radio segera menggantikan surat kabar sebagai hotspot yang paling relevan untuk komunikasi luas. Sepanjang garis ini, keluarga berkumpul di sekitar radio dan memperhatikan proyek siaran radio #1 mereka untuk mendengar berita terbaru tentang masalah legislatif, masalah sosial, dan hiburan.

Kemudian setelah itu ditemukan inovasi telepon, disusul dengan perkembangan TV. TV segera menggantikan radio sebagai panggung terbaik untuk menjangkau populasi secara keseluruhan.

Selama abad ke-20, pertumbuhan media massa didorong oleh teknologi yang membuat materi media bisa diduplikasi secara luas. Dengan begitu, media massa semakin tersebar ke khalayak luas.

Kemunculan terakhir dari sejarah media adalah kehadiran internet yang masuk dalam setiap kehidupan manusia, termasuk media massa. Saat ini, internetlah yang paling relevan dan telah berubah menjadi perangkat yang signifikan untuk sumber media. Populasi keseluruhan sekarang dapat mengakses sumber media serupa dalam sekejap dengan jentikan *mouse*, daripada menunggu

program yang dipesan. Di era *digitalisasi* dan globalisasi seperti sekarang ini, kita tidak bisa hanya membantu berita atau data melalui media cetak seperti koran, majalah, dll, juga media elektronik seperti TV dan radio. Media *online* yang dipandang sebagai media intuitif juga dapat berfungsi sebagai media yang memberikan berbagai data di dalamnya, termasuk berita. Kehadiran *internet* di mata publik saat ini dimanfaatkan sebagai saluran untuk menyampaikan data dengan jangkauan dan limit yang jauh lebih besar. Informasi yang cukup dan akses yang mudah telah membuat orang lebih mengenal *internet*, sehingga sebagian masyarakat saat ini mulai mengonsumsi data sehari-hari melalui *internet*.

Media *online* adalah media lain (media baru) dengan menyampaikan data yang unik dalam hubungannya dengan media tradisional, khususnya media cetak dan media elektronik. Media *online* membutuhkan gadget berbasis PC dan asosiasi *internet* dengan mencari dan mendapatkan data. *Internet* dengan orangnya yang tidak terbatas membuat klien *internet* bebas di media.

Penggunaan istilah media *online* sering diartikan sebagai situs berita yang disusun atau praktik editorial yang didistribusikan melalui *internet*. Meskipun demikian, sebagaimana dikemukakan oleh Ashadi Siregar, media *online* dapat diartikan sebagai istilah umum untuk suatu jenis media dalam hal komunikasi siaran dan penglihatan dan suara (PC dan *internet*). Di dalamnya ada entri berita, situs (situs), radio *online*, televisi *online*, pers *online*, surat *online*, dll, dengan atribut khusus mereka sesuai dengan kantor yang mengizinkan klien atau pembeli untuk memanfaatkannya.

Manajemen media *online* bukan hanya berkaitan dengan keredaksian yang meliputi pemberitaan dan kerja kewartawanan, tetapi juga *maintenance internetsite* dan desain medianya. menyinggung rencana situs yang ditampilkan di *internet*. Biasanya menyinggung bagian pengalaman klien dari kemajuan situs serta pemrograman dan peralatan terkait. Manajemen media *online* yang digunakan untuk membidik situs perencanaan untuk program area kerja; Namun, sejak pertengahan 2010-an, paket tersebut juga telah digunakan untuk penggunaan serbaguna dan tablet.

*Internet designer* pada sebuah media massa harus mempertimbangkan tampilan, dan tata letak. Dari beberapa problematika, konten situs *internet* itu sendiri meliputi tampilan yang bisa menarik perhatian pengunjung. Salah satunya misal yang ada kaitannya dengan *color*, *font*, dan *picture* yang dimanfaatkan. Selain itu juga konsep tata letak juga harus mengacu pada bagaimana terstrukturnya portal berita yang ada sehingga mampu mengkategorikannya. Dengan begitu, desain *internet* yang baik adalah bisa terlihat dari tampilan yang memuaskan dengan gaya, dan sesuai untuk pertemuan klien dan merek situs. Rencana halaman juga harus direncanakan dengan penekanan pada kemudahan. Jadi tidak ada data dan kemampuan yang berlebihan yang dapat mengganggu atau membingungkan klien yang muncul. Karena cara masuk ke spesialis situs *internet* adalah halaman *internet* yang menenangkan dan membangun kepercayaan dari orang banyak.

Dalam pembuatan arsitektur situs *internet* harus fokus pada dua teknik paling umum yang bekerja baik pada area kerja dan serbaguna. Salah satunya adalah rencana responsif dan yang kedua adalah rencana serbaguna. Dalam paket responsif, konten bergerak dengan kuat mengandalkan ukuran layar. Sedangkan dalam paket serbaguna, isi situs diatur dalam ukuran format yang sesuai dengan ukuran layar umum. Dengan cara ini, pencipta dengan tegas menjaga desain yang andal untuk menjaga kepercayaan dan komitmen klien. Karena rencana responsif dapat menimbulkan kesulitan dengan cara seperti itu, perancang harus berhati-hati untuk tidak memberikan perintah tentang bagaimana pekerjaan mereka akan ditampilkan.

Situs PortalMalang.com yang menjadi objek dari tulisan ini juga memiliki kepentingan terhadap *internet* desainnya. *Internetsite* yang dimiliki Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi ini memadukan banyak unsur desain template untuk *microblogging* sehingga muncul sebuah tampilan yang cukup baik. Tampilan *internet* PortalMalang.com didesain sedemikian rupa agar menjadi *internet* yang responsif, yaitu menampilkan konten mengingat ruang program yang dapat diakses. Jika Anda membuka situs responsif di area kerja dan, mengubah ukuran jendela program, konten akan bergerak dengan kuat

untuk mengatur dirinya sendiri secara ideal untuk jendela program. Pada serbaguna, siklus ini akibatnya melihat ruang yang tersedia dan kemudian memperkenalkan dirinya dalam pengaturan terbaik.

Pada umumnya situs-situs misalnya Portalmalang.com memiliki kemampuan korespondensi karena dibuat dengan memanfaatkan pemrograman *internet* (server side) dengan memberikan kemampuan korespondensi (*internet* email, struktur kontak, pembicaraan, diskusi, dan lain-lain). Demikian pula Portalmalang.com juga merupakan kemampuan data dengan alasan bahwa motivasi di balik situs ini adalah untuk menyampaikan konten, sebagai kemampuan pengalihan karena kemampuannya untuk tujuan hiburan, sehingga pemanfaatan gambar yang hidup dan komponen bergerak dapat bekerja pada sifat pengenalan rencana, dan selanjutnya sebagai kemampuan pertukaran karena dapat menghubungkan organisasi, pelanggan, dan jaringan tertentu melalui pertukaran elektronik (Suyanto, 2009:5)

Pembuatan *internetsite* Portalmalang.com memiliki banyak langkah untuk menjadikannya bisa diakses dengan mudah, menyenangkan, dan informatif. Mulai dari pemilihan *hosting* atau rumah bagi *internet* Portalmalang.com. *Hosting* adalah sebuah tempat yang digunakan untuk menyimpan semua data yang kita unggah pada Portalmalang seperti teks, gambar, video, dan animasi yang bisa diakses dengan mudah oleh pembaca. Setelah memilih *hosting* pada *blogger* berupa WordPress.com yang gratis, kemudian mengarah pada pembuatan domain, pemilihan *template* atau tema *internetsite*, serta penyesuaian pada label, *rubrikasi*, hingga tata letak setiap komponen yang ada di *internetsite* Portalmalang.com.

Pembuatan *internet* Portalmalang.com ini sesuai dengan tujuan tugas akhir yaitu mengimplementasikan pengetahuan pada perkuliahan jurnalistik untuk dapat membuat *internetsite* yang informatif dan terpercaya yang dapat digunakan sebagai media *branding* dan media komunikasi massa.

## **1.2 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dari kegiatan pada Portalmalang.com sebagai tugas akhir ini adalah untuk :

- a. Membuat tampilan *internetsite* media Portalmalang.com menarik sehingga pengunjung akan tertarik untuk membaca informasi di dalamnya.
- b. Sebagai bahan latihan untuk meningkatkan kompetensi di bidang produksi media *online* sesuai dengan konsentrasi Jurnalistik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tungadewi.
- c. Mengaplikasikan ilmu pengetahuan jurnalistik khususnya pada produksi media *online* pada Portalmalang.com

## **1.3 Manfaat Tugas Akhir**

- a. Memberikan kontribusi kepada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tungadewi, dalam pembuatan *internetsite* yang dapat digunakan sebagai alat atau media informasi kepada masyarakat luas.
- b. Portalmalang.com dapat digunakan sebagai latihan mahasiswa Konsentasi Jurnalistik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tungadewi, untuk mengembangkan minat dan bakat di bidang keilmuan jurnalistik.
- c. Sebagai acuan bagi tugas akhir berikutnya untuk mengembangkan produk jurnalistik dan media jurnalistik yang memadai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Ali. 2005. *Menguasai Internet Plus Pembuatan Internet*. Bandung: M2S
- Bruni, Ezequiel. 2022. How to Make a Free WordPress Blog. Diakses dari <https://www.internetsiteplanet.com/blog/make-free-blog-wordpress-step-step-instructions/> pada 12 April 2022
- Campbell, Richard. 2015. *Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age*. Macmillan Higher Education
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Duermyer, Randy. 2021. *What Is Blogging? Definition and Examples of Blogging*. Diakses dari <https://www.thebalancesmb.com/blogging-what-is-it-1794405> pada 12 April 2022
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Elvinaro Ardianto, dkk. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Keratama Media
- Gunelius, Susan. 2020. *How to Make a Free Blog With WordPress* diakses dari <https://www.thoughtco.com/start-free-blog-at-wordpress-3476412> pada 13 April 2022
- Hartley, John. 2004. *Communication, Cultural, & Media Studies: Konsep Kunci*. Yogyakarta: Jalasutra
- Hidayatullah, P & Khawistara, J. K. 2015. *Pemrograman Internet*. Bandung: Informatika Bandung
- Karyanti, Rema S. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- McQuail, D. 2005. *Mass Communication Theory*. New York:Sage
- Meltzer, Jonathan. 2017. Organize Audience Insights. Diakses dari

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/automation/organize-audience-insights-programmatic-buying/>  
pada 17 April 2022

Morissan, Teori Komunikasi Massa, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 37.

Mubaraq, Dinul Fitrah. 2020. *Analisis Teks Media Sebuah Pengantar Riset Jurnalistik*. Jakarta:Unomedia

Nurrahmi, Febri. 2021. *Book Series Jurnalisme Kontemporer: Etika dan Bisnis dalam Jurnalisme*. Aceh:Unsyiah

Nurudin. 2016. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT.Radja Grafindo Persada

O'Sullivan; Fiske, John; (eds) 2007. *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. London:Routledge.

Putri, Vanya Karunia Mulia. 2021. Karakteristik Media *Online* beserta Penjelasannya. Diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/17/100000569/karakteristik-media-online-beserta-penjelasannya?page=all>. Pada 11 April 2022

Rumanti, Maria Assumpte. 2022. *Dasar-dasar Public Relation: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Mizan

Sibero, Alexander F.K. 2014. *Internet Programming Power Pack*. Yogyakarta : Penerbit Mediakom

Smith, Richard. 2013. *What is Digital Media?. The Centre for Digital Media*. Retrieved from <https://thecdm.ca/news/what-is-digital-media> 11 April 2022

Study.com. 2021. What Is Mass Media? - Definition, Types, Influence & Examples. <https://study.com/academy/lesson/what-is-mass-media-definition-types-influence-examples.html> diakses pada 9 April 2022

Suyanto. 2009. Urgensi Pendidikan Karakter. Direktorat Jendral Pendidikan Dasar Kementrian Pendidikan Nasional.