

# Theresia Melania Andeng

*by* UNITRI Press

---

**Submission date:** 12-Jun-2023 09:06AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2002969525

**File name:** Theresia\_Melania\_Andeng.docx (35.63K)

**Word count:** 2254

**Character count:** 14920

**STRATEGI DAN MANAJEMEN MEDIA MASSA ONLINE DI ERA NEW  
MEDIA**

**(Studi Kasus Pada Media Online Jatimtimes.com dan Tugumalang.id)**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH :**

**THERESIA MELANIA ANDENG**

**2019230109**

**KONSENTRASI JURNALISTIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi**

**MALANG**

**2023**

## RINGKASAN

Strategi dan manajemen dalam sebuah media merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menghadapi perkembangan industri media massa sekarang ini. Dalam hal ini peran utama media massa adalah menyampaikan dan menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Seiring dengan perkembangannya media massa mengalami peningkatan dengan hadirnya berbagai jenis media massa. Diantaranya adalah media massa online yang sangat berkembang pesat di era sekarang. Munculnya media-media online tersebut memungkinkan antar media akan bersaing dalam menarik perhatian publik. Maka dari itu, untuk menjaga eksistensinya media perlu memiliki strategi dan manajemen yang baik, misalnya pada perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi dan manajemen media massa online di era new media pada media online Jatimtimes.com dan Tugumalang.id. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan konsep teori manajemen POAC dengan mewawancarai empat informan yaitu Pimpinan Redaksi Jatimtimes.com, Wartawan Jatimtimes.com, Manajer Tugumalang.id, dan Wartawan Tugumalang.id.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dan fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian pada media online Jatimtimes.com dan Tugumalang.id sudah diterapkan. Misalnya strategi yang dilakukan kedua media tersebut adalah memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarluaskan berita. Kemudian pada manajemen perencanaan kedua media tersebut mengadakan rapat redaksi setiap satu minggu sekali. Terlepas dari apa yang sudah direncanakan oleh kedua media tersebut, akan tetapi pada pelaksanaannya ada beberapa perencanaan yang mengalami perubahan. Pada pengorganisasian Jatimtimes.com dan Tugumalang.id sama-sama menerapkan dan memaksimalkan mekanisme kinerja dari wartawan yang masing-masing sudah tergabung dalam kedua media tersebut. Kemudian pada tahap pengarahan Jatimtimes.com dan Tugumalang.id selalu memberikan arahan serta selalu mengingatkan para wartawan untuk meningkatkan kinerjanya. Hal itu dilakukan untuk menjaga eksistensi dari kedua media tersebut. Terakhir, pada tahap pengendalian kedua media tersebut melakukan pengawasan terhadap kinerja dari semua crew yang tergabung. Dalam hal ini selalu melakukan koordinasi, mengevaluasi setiap kinerja.

Kata Kunci: Strategi, Manajemen, Media Massa, Media Online, New Media

## PENDAHULUAN

**1.1 Latar Belakang**

Sepanjang era keterbukaan informasi dan perkembangan teknologi yang pesat, media massa telah tumbuh memainkan posisi yang fundamental dalam masyarakat. Hal ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan informasi dan proses interaksi antar masyarakat saat ini (Pramudita, 2019). Tidak dapat disangkal bahwa media massa saat ini memenuhi salah satu kebutuhan mendasar umat manusia dengan memungkinkan setiap orang menemukan pengetahuan yang mereka butuhkan. Kehadiran media massa memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi seperti, dunia pendidikan, budaya, hiburan, politik, dan bidang-bidang lainnya yang mendunia (Mondry, 2016: 11)

Vivian (2015: 4-6) menjelaskan bahwa media massa memiliki arti penting. Penggunaan media sebagai platform untuk persuasi, sumber hiburan, dan informasi. Tanpa media massa informasi yang didapat tidak seluas yang diharapkan pembaca atau pendengar.

Menurut Romli (2018: 34) media cetak, elektronik, dan online merupakan tiga media massa utama yang dapat digunakan untuk memilih informasi. Adapun media cetak terdiri dari surat kabar, tabloid, majalah, dan buku. Media elektronik diantaranya radio, televisi, dan film/video, serta media online yang disebut “generasi ketiga”.

Seiring dengan perkembangannya media massa cetak dan elektronik sebagai media paling lama dan konvensional mengalami perubahan. Hal itu terjadi karena munculnya media internet yang menjadi pemain baru dalam ranah media. Keterbatasan sirkulasi media cetak yang memakan waktu lama dalam proses distribusi, internet mampu mengatasi hal tersebut. Internet dapat menjangkau batas wilayah, bahkan negara. Perkampungan global (*global village*) menjadi fenomena nyata sejak internet berkembang (Junaedi, 2014: 27).

Kehadiran internet tidak serta merta mematikan media cetak. Adapun pihak yang memang pesimis dengan kelangsungan hidup media cetak pasca perkembangan internet. Namun, pesimisme itu perlu dievaluasi, karena nyatanya media cetak tetap mampu bertahan. Hal ini berkaitan juga dengan kemunculan media televisi yang membuat media cetak pesimis. Faktanya, keberadaan media televisi justru tidak mematikan keberadaan media cetak. Sebaliknya, kedua media tersebut saling melengkapi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap media (Junaedi, 2014: 28).

Banyak perusahaan media menjadi semakin tertarik ke internet karena peningkatannya. Internet menjadi semakin didambakan oleh banyak perusahaan media karena peningkatannya.

Media cetak menghasilkan versi online selain publikasi cetaknya. Beberapa media cetak memiliki rekan online yang dipisahkan secara instan. Teknologi internet yang semakin mobile, juga semakin menjadikan internet kian dilirik sebagai platform media massa. Mengakses internet tidak lagi memerlukan seperangkat PC, sebagaimana di tahun 1990-an, namun kini bisa mengakses internet cukup dilakukan dengan menggunakan telepon seluler (Junaedi, 2014: 28-29).

Data dari riset *We Are Social* memprediksi Indonesia akan memiliki 204,7 juta pengguna internet pada tahun 2022. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, angka ini meningkat sebesar 1,03%. Pengguna Internet per Januari 2021 di Indonesia ada 202,6 juta. Selama lima tahun terakhir di Indonesia pengguna internet cenderung melonjak jika dibandingkan dengan tahun 2018. Saat ini, 54,25 persen orang menggunakan internet (Annur, 2022).

Di Indonesia pemanfaatan dan perkembangan media massa sudah mempengaruhi penyebaran dan keragaman informasi. Pertumbuhan media online pun mengalami perubahan, termasuk juga informasi yang tadinya disediakan oleh media konvensional kini beralih lebih beragam disajikan oleh media online. Jumlah media diperkirakan 47.000, dimana 43.300 adalah media online, menurut data dari Dewan Pers. Ada 2.000–3.000 publikasi cetak di antaranya. Sisanya adalah saluran radio dan televisi yang berfokus pada berita. Namun, hanya sekitar 2.400 perusahaan pers yang masuk sebagai media profesional hingga akhir 2018. (Prasetyo, 2018).

Sementara itu, hingga akhir tahun 2019, Dewan Pers telah melakukan verifikasi faktual dan administratif terhadap 511 media di seluruh Indonesia. Ini dipecah menjadi berbagai media massa, termasuk hingga 250 publikasi cetak, 211 publikasi berbasis internet atau *cyber*, 45 siaran televisi, dan 5 siaran radio. Selain itu, 615 media massa telah menerima verifikasi administratif dan sedang menunggu verifikasi faktual. Sebanyak 73 media cetak, 223 media siber, 313 media televisi, dan 6 radio. Sementara itu, 5.663 *outlet* media massa, termasuk 1.574 *outlet* cetak, 3.836 *outlet* online, 149 stasiun televisi, dan 104 stasiun radio, telah mendaftar untuk verifikasi (Kaparino, 2020).

Muhtadi (2016: 77) mengatakan bahwa kebutuhan masyarakat sangat tertolong melalui media online. Masyarakat atau khalayak bisa memperoleh informasi dengan sangat cepat, bahkan bisa *real time* diterima lewat portal-portal berita online yang ada. Media online juga mampu memenuhi kebutuhan informasi dengan sangat luas, hingga terus berkembang dengan jumlah pengguna yang semakin meningkat setiap saat.

Orang-orang yang sedang menyesuaikan diri dengan masyarakat informasi menghadapi pola penyesuaian gaya hidup, terutama dalam hal mengumpulkan dan berbagi informasi. Selain

komputer, alat komunikasi nirkabel tambahan seperti ponsel, asisten digital pribadi, *tablet*, atau perangkat berteknologi lainnya juga dapat digunakan untuk mendapatkan berita (Respati, 2014).

Karena kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi, media yang sudah ada sebelumnya dikenal sebagai *new media* atau media baru diperbesar, maka penggunaan internet secara luas saat ini menjadi layak (*converged*). Ini juga mencakup masukan pengguna interaktif, keterlibatan kreatif, penciptaan komunitas di sekitar media, dan elemen generasi "waktu nyata". Hal ini berkaitan dengan tuntutan akses konten (konten/informasi) dari lokasi mana pun kapan pun dengan menggunakan perangkat digital apa pun (Pamuji, 2019:113).

Media digital yang ditampilkan di halaman web, online merupakan nama yang beda dari media online. Media online mengacu pada segala jenis atau format konten yang hanya dapat dilihat secara online dan mencakup teks, video, dan suara. Media online juga dapat dianggap sebagai jenis komunikasi online. Sehingga kategori media online juga mencakup milis *email*, *website*, *blog*, dan media sosial (Pamuji, 2019:113).

Ada banyak sumber berita online di wilayah Malang Raya, Jawa Timur antara lain Radarmalang.jawapos.com, Jatimtimes.com, Malang-post.com, Suryamalang.com, Malangvoice.com, Timesindonesia.co.id, Momentum.com, Malangpost.id, Tugujatim.id, Nusadaily.com, serta media online lainnya. Kemajuan teknologi informasi yang melahirkan media internet modern. Selain itu, menggunakan portal berita internet memudahkan dan gratis untuk mendapatkan informasi. Banyak media baru-baru ini tumbuh dan muncul di Malang Raya.

Semakin banyak media online yang terus bermunculan, tidak bisa dipungkiri jika ini akan menjadikan persaingan yang semakin ketat antarmedia. Menghadapi hal tersebut, masing-masing media harus memiliki strategi dan manajemen yang baik dalam mempertahankan baik itu, dari segi pemberitaan maupun pembaca/pendengar. Hal itu berkaitan dengan menyusun perencanaan dalam proses mengatur dan melaksanakan kegiatan yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi agar bisa mencapai tujuan yang diinginkan (Riinawati, 2021: 12)

Haryanto (2014: 173) dalam bukunya "Jurnalisme Era Digital" mengatakan bahwa sebaiknya jurnalisme harus lebih cerdas dalam mengimbangi audiens yang semakin cerdas. Hal ini disebabkan ketersediaan sumber informasi audiens di berbagai media. Selain itu, cukup mudah untuk membandingkan dan memverifikasi keakuratan informasi atau berita dari satu sumber dengan sumber lainnya. Oleh karena itu, perusahaan media yang ingin maju harus memikirkan strategi konten media yang tidak cepat dilupakan, melainkan sesuatu yang menawarkan bacaan yang penting untuk diingat dalam jangka waktu yang lebih lama sekaligus

memberikan kesempatan kepada khalayak untuk berpartisipasi mengomentari informasi tersebut.

Salah satu elemen yang sangat menentukan keberhasilan sektor media massa adalah manajemen yang baik. Hal ini dikarenakan peran utama media massa adalah menyampaikan dan memberikan informasi kepada khalayak umum. Setiap organisasi media massa harus mengambil langkah-langkah strategis dan berinovasi dalam menghadapi pertumbuhan industri media massa, khususnya pada periode media baru saat ini, untuk bersaing memperebutkan afeksi publik (Ummah, 2021: 8).

Menurut temuan penelitian Nadin & Ikhtiono (2019), sejumlah besar media cetak gulung tikar. Untuk bersaing dengan media lain, Media Cita Jurnal Bogor memiliki strategi yang mengadopsi kemajuan teknologi saat ini. Untuk menarik dan merebut hati masyarakat, surat kabar terbitan jurnal Bogor ini memiliki tampilan yang lebih menarik dan kekinian. Selanjutnya hasil temuan Mustika, dkk. (2021) menunjukkan bahwa ada empat poin penting yang diterapkan oleh media online Cerdik Indonesia dalam menghadapi persaingan antarmedia online lainnya. Adapun keempat poin tersebut yaitu: adalah *Planning*, *Organizing*, *Actuating* dan *Controlling*.

Berdasarkan temuan dari kedua penelitian tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa media online berkembang pesat untuk bersaing dengan media massa lainnya. seperti media cetak dan elektronik, yang mendahului media online saat ini dan merupakan bentuk komunikasi massa pertama. Kemajuan media online saat ini memungkinkannya untuk bersaing dengan media online lainnya.

Salah satu ciri dari media online adalah kecepatannya dalam menyampaikan informasi, sehingga setelah di posting maka masyarakat dapat langsung mengaksesnya saat itu juga. Namun, disisi lain hal itu justru membuat ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet. Kelemahan pada media online dapat dilihat dari akurasi berita yang kurang diperhatikan, sehingga kebanyakan berita yang termuat pada portal media online cenderung tidak seakurat berita yang termuat pada media cetak. Hal ini dikarenakan sebuah media online lebih mengutamakan kecepatannya tanpa memperhatikan penulisannya yang menjadi perhatian khusus (Kencana, dkk., 2022). Selain itu, jika ditinjau berdasarkan pemenuhan kebutuhan informasi yang diperoleh melalui surat kabar dan berita daring, informasi yang diperoleh dari berita daring justru tidak lebih unggul dalam memenuhi kebutuhan informasi pembaca yang diperoleh melalui surat kabar (Zulkarnain, 2022).

Dari paparan permasalahan di atas, peneliti tertarik memilih dua media online yang ada di Malang sebagai tempat penelitian, di antaranya yaitu: [Jatimtimes.com](http://Jatimtimes.com) dan [Tugu Malang.id](http://TuguMalang.id).

Adapun alasan peneliti memilih kedua media online tersebut karena berdasarkan temuan dari peneliti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa media cetak lebih unggul dari media online. Hal ini tentu juga yang dialami oleh kedua media online tersebut. Disamping itu, media-media tersebut telah memiliki peringkat masing-masing dalam daftar Alexa Rank dan sudah terverifikasi dalam dewan pers. Jatimtimes.com merupakan media online berjejing no. 1 di Jawa Timur, yang menyajikan info berita Jawa Timur yang membangun, menginspirasi, dan berpositif thinking berdasarkan jurnalisme positif. Jatimtimes.com memiliki peningkatan setiap tahunnya hal itu dibuktikan juga dengan peringkat ke 517 dalam daftar Alexa Rank. Tidak hanya itu kini Jatimtimes.com memiliki 33 cabang yang tersebar di beberapa kota dan daerah (Arifah, 2018).

Selanjutnya Tugumalang.id merupakan platform portal berita di bawah naungan konvergensi Arema Media Group. Kemudian, Tugumalang.id adalah perusahaan media siber di bawah naungan PT Tugu Media Komunikasindo yang beralamat di Jl. Dirgantara A 1, No. 12, Kota Malang, Jawa Timur. Tidak jauh berbeda dengan media online yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa Tugumalang.id juga memberikan informasi seputar pendidikan, kesehatan, politik, ekonomi, pendidikan, olah raga, pariwisata, peristiwa, dan lain-lain. Tugumalang.id juga merupakan media lokal yang ruang pemberitaannya meliputi Kabupaten Malang, Malang Kota, dan Kota Batu. Sama seperti media sebelumnya bahwa Tugumalang.id juga menghadapi munculnya media online yang memungkinkan adanya persaingan. Meskipun demikian, Tugumalang.id yang masih terbilang masih sangat mudah juga tetap mempertahankan eksistensinya.

Alasan rasional dan esensial peneliti sehingga tertarik untuk melakukan penelitian karena berdasarkan pada dua hal yang utama diantaranya adalah bagaimana perkembangan media massa online saat ini yang begitu membawa pengaruh bagi industri media era sekarang. Mulai dengan perkembangan internet hingga, mengakibatkan jumlah pengguna internet yang semakin melonjak naik. Hampir setiap tahun mengalami kenaikan. Sementara media massa yang juga semakin bermunculan di antaranya adalah media online yang paling banyak dibandingkan media cetak dan elektronik. Kehadiran media online yang hampir menyingkirkan media cetak konvensional, bahkan hingga saat ini, media online yang begitu banyak bermunculan membuat persaingan antarmedia semakin ketat. Hingga pada akhirnya, media-media online juga menyaingi sesama media online. Kemudian peneliti ingin mengetahui dan ingin mempelajari bagaimana strategi dan manajemen industri media massa online saat ini dalam menyikapi berbagai media yang sedang berkembang dan terus bermunculan agar tetap bertahan dan tetap konsisten.

Mempertimbangkan konteks yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk menuangkan dalam suatu karya ilmiah untuk diteliti lebih mendalam dengan judul “**Strategi Dan Manajemen Media Massa Online Di Era New Media (Studi Kasus Pada Media Online Jatimtimes.com dan Tugumalang.id)**”.

8

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini didasarkan pada konteks historis yang telah penulis uraikan, yaitu “Bagaimana Strategi dan Manajemen Media Massa Online di Era New Media (Studi Kasus Pada Media Online Jatimtimes.com dan Tugumalang.id)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Strategi dan Manajemen Media Massa Online di Era New Media (Studi Kasus Pada Media Online Jatimtimes.com dan Tugumalang.id).

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### a. Manfaat Praktis

Dapat memberikan kontribusi bagi Ilmu Komunikasi, khususnya di bidang Jurnalisme di era media baru.

### b. Manfaat Teoritis

Dapat membantu peneliti lebih memahami bagaimana mengelola media massa online dan mengembangkan taktik yang efektif.

# Theresia Melania Andeng

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

|   |   |     |
|---|---|-----|
| 1 | <a href="http://digilib.uinkhas.ac.id">digilib.uinkhas.ac.id</a><br>Internet Source     | 4%  |
| 2 | <a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a><br>Internet Source       | 3%  |
| 3 | <a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a><br>Internet Source               | 1%  |
| 4 | <a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a><br>Internet Source                   | 1%  |
| 5 | Submitted to Universitas Jember<br>Student Paper  | 1%  |
| 6 | <a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a><br>Internet Source         | 1%  |
| 7 | <a href="http://publikasi.unitri.ac.id">publikasi.unitri.ac.id</a><br>Internet Source   | 1%  |
| 8 | <a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a><br>Internet Source                           | <1% |
| 9 | <a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a><br>Internet Source | <1% |

|    |  |      |
|----|--|------|
| 10 | tugumalang.id<br>Internet Source   | <1 % |
| 11 | www.coursehero.com<br>Internet Source  | <1 % |
| 12 | repository.upstegal.ac.id<br>Internet Source   | <1 % |
| 13 | text-id.123dok.com<br>Internet Source  | <1 % |
| 14 | fr.scribd.com<br>Internet Source   | <1 % |
| 15 | medium.com<br>Internet Source  | <1 % |
| 16 | Christiany Juditha. "Comparison of SARA Issues Sentiment between Online News Portal and Social Media Towards the 2019 Election", Journal Pekommas, 2019<br>Publication | <1 % |

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On

# Theresia Melania Andeng

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---