

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman seperti sekarang ini, tentunya banyak mengalami perubahan hingga membuat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat pesat. Merebak luasnya teknologi dari waktu ke waktu telah menjadi bagian kehidupan kita sehari-hari. Hal ini memberikan peluang lebih praktis adanya praktik komunikasi yang lebih efektif dibandingkan dengan masa lampau.

Kehidupan manusia tidak pernah lepas dari adanya komunikasi. Komunikasi Sangat tersambung erat dengan manusia, karena yang dimaksud dengan Komunikasi disini ialah suatu interaksi yang menghasilkan *feedback* (timbang balik). Media informasi yang dimaksud disini adalah media massa (massa media) yaitu sarana komunikasi yang memanfaatkan media.

Media berperan sebagai alat penyampai informasi untuk disebarluaskan kepada khalayak ramai supaya lebih efisien. Media informasi saat ini sangat dibutuhkan oleh banyak orang, karena melalui media itulah manusia mendapatkan informasi yang sedang berkembang baik di dalam negeri maupun luar negeri.

Media massa memahami betul bahwa informasi adalah ruh dalam dunia Jurnalistik, maka berbagai informasi baru, unik, aktual, kontroversi, dekat, Menarik, dramatik, tokoh dan

eksklusif akan senantiasa menjadi menu berita Yang di suguhkan kepada khalayak dengan cara tekhnis dahulu di kemas dengan beragam konstruksi yang menarik, sehingga massa akhirnya tereduksi Pemikirannya dan ketagihan akan informasi.¹

Khususnya, media elektronik seperti komputer, internet, HP dan sebagian lainnya dapat membantu untuk mengetahui segala hal yang ada di dunia bisa kita genggam. Teknologi sangat dibutuhkan dalam rangka memenuhi tuntutan zaman yang sekarang tidak terbatas dengan adanya teknologi, manusia mampu menyebarkan dan menerima pesan tanpa mengenal batasan tempat dan waktu.

Media massa merupakan sarana komunikasi dalam penyampaian pesan-pesan untuk khalayak ramai. Media massa memberikan info tentang perubahan mengikuti zaman yang berkembang. Media massa pun terbagi ke dalam dua kategori, yang pertama media massa ceta merupakan media atau alat untuk menyampaikan informasi melalui hasil cetak seperti koran, tabloid, majalah, buku, bulletin. Lalu media massa lainnya ada media massa elektronik yang isinya disampaikan melalui suara atau gambar atau suara dengan memanfaatkan teknologi elektro seperti televisi, radio, film, media online dan *new media*.

Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada

¹ Kun Waziz, *Media Massa dan Kontruksi Realitas* (Yogyakarta: Aditya Media Publishing, 2012), h. 10

sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan khalayak ramai. Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan menyeluruh.²

Komunikasi massa artinya proses penyampaian makna yang terkandung dari penyajian pesan, gagasan, dan informasi yang ditunjukkan kepada khalayak secara serentak. Jenis media massa ada banyak salah satunya yang sering dan cepat di dapat pada jaman digital ini adalah media massa online. Pengertian komunikasi massa merujuk kepada pendapat Tan dan Wright dalam Liliweri. 1991, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu.³

New media merupakan istilah media baru yang memanfaatkan teknologi digital. Hal ini muncul karena adanya perkembangan zaman dari analog ke digital. *New media* digunakan untuk mendeskripsikan atau biasanya berisi konten yang memudahkan seseorang untuk mengaksesnya lewat *handphone*, komputer atau laptop dengan memanfaatkan jaringan internet. Ada banyak contoh penerapan dari new media

² Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada, 2008), h. 72.

³ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2004), h. 6

itu sendiri, salah satunya banyak bermunculan media *online*. Media *online* (*online* media) biasa disebut dengan *cyber media* (media cyber), Internet media (media internet), dan *new media* (media baru) dapat di artikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet.

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Didalamnya terdapat portal, *website* (situs *web*), radio-online, TV *online*, *personaline*, *mail-online*. Salah satu desain Media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik masa kini adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses Informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi online dan berita didalamnya. Kontennya merupakan perpaduan layanan interaktif yang terkait Informasi secara langsung, misalnya tanggapan langsung, pencarian artikel, forum Diskusi, dll. Atau yang tidak berhubungan sama sekali.⁴

Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalisme* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan Didistribusikan melalui internet. Pengertian jurnalistik online terkait banyak istilah, yakni jurnalistik, online, internet, dan *website*. Dalam perspektif studi media atau Komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori “media baru” yaitu yang mengacu pada

⁴ M.Romli, Asep Syamsul. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung,: Nuansa Cendekia, 2012), h. 34

permintaan akses ke konten (isi /informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, Partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek Generasi. New media merupakan bentuk penyederhanaan istilah terhadap bentuk Media di luar lima media massa konvensional. Sifat media *online* adalah cair, Konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan Kebebasan.⁵

Di dalam media *online* juga tidak terlepas dari peran jurnalistik. Jurnalistik Online juga sering disebut *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web merupakan generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (seperti Radio dan televisi). Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan dan penyebarluasan informasi (aktual) atau berita melalui media massa. Jurnalis *online* dapat diartikan sebagai proses penyampai informasi melalui media internet, utamanya *Website*.

Jurnalistik *online* harus ringkas mungkin, tidak bertele-tele dan dalam menyajikan berita atau informasi, jurnalis *online* harus bisa beradaptasi dengan Perkembangan teknologi di bidang komunikasi. Jurnalistik Online harus mampu Menyajikan berita dengan keragaman penyajian. Situs *web jurnalisme* dituntut Untuk memiliki sifat dapat dipindai, untuk memudahkan pembaca. Sebab sebagian Besar pengguna

⁵ M.Romli, Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, h. 30-31

situs tersebut melakukan pencarian secara spesifik, dengan Memindai halaman web.

Hal baru dalam new media antara lain dapat tersaji dan dapat di akses kapan Saja, dimana saja di seluruh dunia sekalipun selama ada komputer dan koneksi Internet.⁶ Berita harus faktual, tetapi tidak semua fakta adalah berita. Sebuah peristiwa yang terjadi sebulan lalu atau bahkan setahun yang lalu mungkin akan menjadi berita jika ia baru saja diungkap.⁷

Penggunaan metode Piramida terbalik untuk para pembaca media online sangatlah tepat karena di zaman yang serba ada dengan memanfaatkan teknologi tentunya membuat para pembaca ingin lebih tahu inti berita yang dibaca. Selain itu, penggunaan Piramida terbalik juga memudahkan redaktur atau editor dalam media online untuk menyunting berita lalu di terbitkan di media *online*.

NEWSmedia adalah salah satu portal berita *online* dibawah naungan PT Persada Global Komunika yang mengedepankan prinsip media secara professional. NEWSmedia berdiri sejak tahun 2014 yang bertempat di Kota Serang, Banten. Pada bulan Agustus 2021, NEWSmedia bergabung dengan mitra Promedia Teknologi untuk bekerja sama dengan menggunakan sistem *pageviews* atau jumlah pembaca. Banyak pencapaian yang diraih oleh NEWSmedia ketika bergabung bersama Promedia Teknologi seperti *top 10*

⁶ M.Romli, Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, h. 11-12

⁷ HM, Zaenuddin, 2011. *The Journalist*. (Bandung: Simbiosis Reksatama Media) h. 134-135

Media di bulan Maret 2022 kategori *pageviews* atau jumlah pembaca terbanyak yang ada di Indonesia.

CMS atau *Content Management System* merupakan suatu alat atau website untuk mempublikasikan berita yang dikirimkan oleh Penulis atau *Content Creator* dibawah naungan Promedia Teknologi, salah satunya NEWSmedia. Melalui CMS (*Content Management System*) yang digunakan NEWSmedia ini tentunya memanfaatkan internet untuk menyebarluaskan berita yang dikelola langsung oleh tim IT Promedia Teknologi.

Di dalam CMS (*Content Management System*) terdapat berbagai macam fitur seperti *create* artikel (untuk membuat dan mempublikasikan artikel berita), *draft* (untuk melihat artikel berita yang disimpan oleh editor), *published* (untuk melihat artikel berita yang sudah tayang), *scheduled* (untuk melihat artikel berita yang dijadwalkan untuk tayang saat jam tertentu), dan fitur notifikasi yang bisa digunakan untuk mengirimkan notifikasi berita yang sudah tayang kepada *subscribers* atau pelanggan yang menyalakan lonceng notifikasi saat mengunjungi *website* NEWSmedia.

Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Media Online Melalui CMS dalam Meningkatkan Banyak Jumlah Pembaca (Studi Deskriptif di www.newsmedia.co.id) karena membahas signifikansi penggunaan CMS pada NEWSmedia untuk mendapatkan banyak jumlah pembaca.

B. Rumusan Masalah :

1. Bagaimana strategi komunikasi NEWSmedia melalui CMS (*Content Management System*) dalam mendapatkan banyak jumlah pembaca?
2. Bagaimana signifikansi CMS (*Content Management System*) dalam meningkatkan jumlah pembaca?

C. Tujuan Penelitian :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi NEWSmedia melalui CMS (*Content Management System*) dalam mendapatkan banyak jumlah pembaca.
2. Untuk mengetahui signifikansi CMS (*Content Management System*) dalam meningkatkan jumlah pembaca.

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan hasil penelitian pada nantinya diharapkan dapat memberi manfaat Diantaranya:

1. Secara teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap kajian ilmu jurnalistik *online* dan semoga dapat bermanfaat dan menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya Ilmu jurnalistik *online*, baik bagi penulis maupun pembaca.
2. Secara Praktis
 - a. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa informasi yang disebarluaskan melalui media online harus informatif

dan menjadi sasaran utama untuk mendapatkan informasi.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, saran atau rekomendasi bagi pembaca berita online untuk menambah informasi dan wawasan.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan:

1. Nadia Elrani (2018) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang berjudul "Strategi Penyebaran Berita Viral Untuk Meraih Banyak Viewers Pada Website www.manaberita.com". Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Dalam penelitian ini, Nadia Elrani membahas mengenai strategi penyebaran berita viral di media online serta menjelaskan bagaimana faktor pendukung dan penghambat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah peneliti menyampaikan strategi untuk menyebarkan berita viral supaya meraih viewers banyak di media online. Persamaan dalam penelitian ini yaitu meneliti strategi penyampaian informasi supaya mendapatkan viewers yang banyak. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu fokus pembahasan pada penelitian yang menyampaikan sistem CMS (*Content Management System*) yang dipakai oleh Mitra Promedia Teknologi.

2. Yuda Arlita Putra (2019) Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang berjudul "Strategi Pemberitaan Dalam Menghadapi Persaingan (Studi di

Jambiupdate.co). Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Yuda Arlita Putra membahas mengenai strategi penulisan berita hingga strategi penyebaran berita di tengah menghadapi persaingan serta menuliskan faktor pendukung dan penghambat dalam menghadapi persaingan media *online* saat ini. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu strategi pemberitaan dalam menghadapi persaingan banyak media online yang mengambil kasus di *jambiupdate.co*. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada strategi penyampaian informasi melalui media online. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada fokus pembahasan yang diteliti.

3. Syahrina Muthmainnah (2016) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Jurnalistik yang berjudul “Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.com” Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Syahrina Muthmainnah membahas strategi penyajian berita portal Fajar Online.com dalam menjaga akurasi dan kecepatan berita. Kesimpulan dari penelitian ini adalah mengatur strategi untuk menyebar luaskan berita pada media online. Persamaan dalam penelitian ini yaitu bagaimana cara menyajikan informasi dalam media online. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada fokus pembahasan yang diteliti.

4. Novi Asmarita Dewi Astuti (2022) Fakultas Dakwah Program Studi Jurnalistik Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi yang berjudul “Strategi Jambiupdate.co Dalam Memperluas Jangkauan Pembaca Melalui Media Sosial Facebook”. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode

kualitatif. Novi Asmarita Dewi membahas mengenai cara atau strategi penyebaran berita melalui jejaring *Facebook* hingga analisis strategi promosi media sosial *Facebook*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah peneliti melakukan penelitian strategi komunikasi memfokuskan hanya pada satu media social yaitu Facebook dalam meningkatkan jangkauan pembaca dengan menggunakan model SOSTAC (*Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, and Control*). Persamaan dalam penelitian ini adalah menganalisis strategi yang cocok untuk mendapatkan banyak jumlah pembaca. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada fokus yang diteliti.

5. Arfandi (2017) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang berjudul “Strategi Lay Out Media Online Maccanews.com Dalam Menaikkan Rating Pembaca”. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif. Arfandi membahas dalam penelitiannya mengenai strategi Maccanews.com dalam menaikkan rating pembaca melalui lay out serta membahas kelebihan dan kekurangan konsep lay out dalam menaikkan rating pembaca. Kesimpulan dari penelitian ini adalah menganalisis untuk mengaji strategi meda online melalui *lay out* dengan memanfaatkan program atau *software* untuk digunakan dalam proses *editing* agar menaikkan rating pembaca. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada fokus yang diteliti.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan penulisan skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Penulisan Berita Melalui CMS (*Content Management System*) dalam Mendapatkan Banyak Jumlah Pembaca (Studi Deskriptif di www.newsmedia.co.id), penulis membaginya dalam lima bab, yaitu :

Bab I Membahas tentang Pendahuluan, yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan

Bab II Membahas landasan teori dan kajian pustaka, pada kajian Pustaka meliputi pembahasan pengertian komunikasi, jenis-jenis komunikasi, unsur-unsur komunikasi, pengertian strategi komunikasi, bentuk strategi komunikasi, hambatan strategi komunikasi, berita, dan media online. Pada landasan teori peneliti menuliskan teori Strategi Komunikasi menurut Anwar Arifin.

Bab III Membahas Metodologi Penelitian, yang di dalamnya terdapat penjabaran tentang Metodologi Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Serta Analisis Data.

Bab IV Membahas Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang di dalamnya berupa pembahasan mengenai gambaran umum objek penelitian, penyajian data penelitian seperti strategi komunikasi NEWSmedia melalui CMS (*Content Management System*) dalam meningkatkan jumlah pembaca serta membahas signifikansi penggunaan CMS (*Content*

Management System) dalam meningkatkan banyak jumlah pembaca dan korelasinya dengan teori yang digunakan.

Bab V Membahas Penutup, yang di dalamnya berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.