

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Di era digital yang terus berkembang, industri berita mengalami transformasi yang signifikan (Romli, 2018:23). Tanda lain dari signifikansi media massa adalah transformasinya menjadi suatu kegiatan industri yang berkembang dengan cepat. Perubahan tersebut dipicu oleh kemajuan teknologi yang mampu menghasilkan berbagai jenis media massa. Di antara berbagai jenis media yang ada, media cetak (seperti surat kabar, majalah, tabloid, bulletin, dan sebagainya) khususnya fokus pada pengumpulan dan penyebaran berita, memberinya kekuatan untuk menetapkan informasi tertentu sebagai suatu berita (Oetama, 2001:87).

Dulu, informasi dikonsumsi terutama melalui media cetak dan siaran televisi, tetapi saat ini, internet telah menjadi salah satu sumber utama berita bagi banyak individu. Sejak awal tahun 2000-an, media online banyak bermunculan. Menyuguhkan berita-berita terkini, keberadaan media online pelan-pelan menggeser eksistensi media cetak (Erni & Syoefullah, 2019:21). Dalam sejarahnya media cetak seperti koran, majalah dan tabloid menjadi acuan masyarakat dalam mendapatkan informasi terkini tentang peristiwa yang terjadi di sekitar mereka maupun di dunia internasional (Rangga & Mahameruaji, 2019:27). Media berita online telah

berkembang pesat dan persaingan untuk mendapatkan perhatian pembaca semakin ketat (Hermin, 2013:15). Dalam konteks ini, manajemen media berita menjadi kunci untuk menjaga relevansi dan mendapatkan pengunjung yang cukup untuk menjalankan bisnis berita secara berkelanjutan.

Istilah manajemen berasal dari istilah Perancis kuno *management* yang memiliki konsep seni, pelaksanaan, dan regulasi. Namun, secara umum, manajemen diinterpretasikan sebagai salah satu pendekatan yang melibatkan beberapa fungsi utama, yang dapat disatukan dalam konsep 4P, atau lebih sederhananya dikelompokkan menjadi perencanaan, eksekusi, dan pengawasan. Menurut Silviani (2021:12–13), manajemen dapat diartikan sebagai pengurusan, mengatur dan membenahan. Oleh karena itu, dalam menjalankan usaha yang tentunya memiliki cita-cita yang ingin dicapai, manajemen memiliki peranan penting untuk mencapai tujuan dan pelaksanaan pekerjaan.

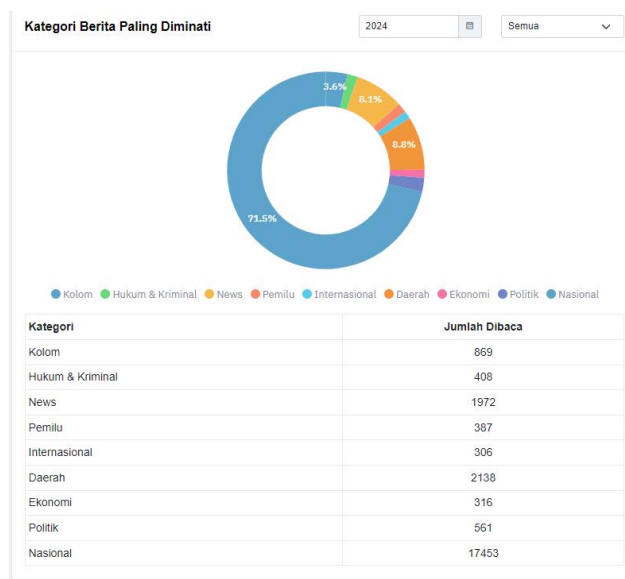
Sementara itu, manajemen strategis merupakan proses yang disusun dan diolah setelah mempertimbangkan banyak hal sehingga memungkinkan tujuan organisasi tercapai (Waruwu et al., 2022:16). Dalam hal ini, perencanaan, pengolahan dan pengaturan dilakukan atau diawasi oleh manajemen dan mengarahkan agar tujuan yang sudah terencana dapat tercapai sesuai dengan yang ditetapkan oleh organisasi tersebut. Manajemen merupakan elemen tak terpisahkan dari kepemimpinan dan bimbingan dalam suatu organisasi, begitupun dalam konteks perusahaan

beritajam.net, penerapan manajemen strategis menjadi penting untuk mengoptimalkan pertumbuhan jumlah pengunjung situs web (Novianto, 2019:13). Oleh karena itu, melalui perumusan perencanaan yang cermat dan terstruktur, setiap anggota organisasi memiliki kerangka kerja yang jelas dan dapat bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas yang telah ditetapkan oleh pemimpin perusahaan.

Beritajam.net merupakan media pemberitaan online yang berdiri sejak tahun 2019 di bawah perusahaan PT. Independen Media Human. Beritajam.net merupakan media pemberitaan online satu-satunya di Kabupaten Merangin, Jambi. Dengan demikian tentu menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan yang memiliki tuntutan dari masyarakat untuk selalu memberikan informasi pemberitaan yang akurat dan objektif. Sebagai salah satu perusahaan media, melalui beritajam.net perusahaan ini selalu berusaha menghadirkan jurnalisme penuh makna yang mengusung *tagline* berani beda, beritajam.net akan menyuguhkan sajian informasi yang secara berimbang, akurat, tajam dan menarik kepada para pembaca. Dalam produksi berita selalu sesuai kaidah penulisan jurnalistik dan menjunjung tinggi kode etik jurnalis. Beritajam.net ingin menegaskan bahwa portal berita ini hadir di tengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisme yang baik di tengah derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pemberitaan, tentu berbagai tantangan pasti dihadapi beritajam.net sebagaimana yang diuraikan di atas. Berkaitan dengan itu, maka diperlukan manajemen yang

baik guna dapat bersaing dengan media pemberitaan lain yang saat ini sangat banyak di tengah-tengah masyarakat luas. Selain itu, beritajam.net juga diketahui hingga saat ini telah mempublikasi kurang lebih 2039 berita dan rata-rata pengunjung masing-masing berita mencapai 1.505 orang dengan beberapa kriteria berita yang paling diminati sebagaimana pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. 1 Rata-rata Kategori Berita yang Banyak Diminati  
Sumber : (Beritajam.net, 2024)

Fakta di atas menjadi menarik, mengingat beritajam.net menjadi media online satu-satunya yang idealnya akses informasi berkaitan dengan berita aktual bertumpu ke beritajam.net, namun faktanya tidak demikian. Apalagi jika dibandingkan dengan media online lokal lainnya yang juga di Jambi seperti kabarkampungkitojambi yang rata-rata pengunjungnya mencapai 18.587 perartikel (wawancara dengan Syahreddy sebagai pengelola media kabarkampungkitojambi pada tanggal 20 Juni 2023

melalui media *Whatsapp*). Melihat hal itu, salah satu tantangan penting yang dihadapi *beritajam.net* adalah bagaimana menyusun strategi dalam menarik pengunjung, karena meskipun mengusung *tagline* berani beda sebagaimana diuraikan di atas tentu tidak cukup untuk menarik pengunjung. Pemahaman tentang strategi manajemen media sangat menentukan target yang ingin dicapai oleh media tersebut. Selain itu, pemahaman tentang faktor-faktor yang mendukung atau menghambat kunjungan menjadi kunci dalam menyusun strategi yang efektif di *beritajam.net*. Berdasarkan data di lapangan ditemukan bahwa strategi manajemen media *beritajam.net* tidak sepenuhnya mengimplimentasikan strategi manajemen yang efektif, sehingga media ini tidak mengalami perkembangan yang signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan, mengingat secara nyata strategi dalam sebuah perusahaan hendaknya diimplimentasikan dengan optimal. Dengan demikian, maka penulis menyusun judul dalam penelitian ini yaitu “*Strategi Manajemen Media Beritajam.net dalam Meningkatkan kunjungan Website*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menyusun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi manajemen media *Beritajam.net* dalam meningkatkan kunjungan website?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen media *Beritajam.net* dalam meningkatkan kunjungan website.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Sebagaimana penelitian pada umumnya yang tentu harus memiliki manfaat dilaksanakannya penelitian itu, maka penulis dapat membagi manfaat penelitian ini sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Akademis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan informasi akademik bagi perkembangan ilmu komunikasi dan dapat menjadi referensi studi yang berkaitan dengan strategi komunikasi agar bisa menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini memiliki manfaat bagi penulis sendiri sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi pada jurusan ilmu komunikasi fakultas seni budaya dan komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

###### **b. Bagi Perusahaan Beritajam.net**

Penelitian memberikan wawasan yang berharga dan data yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang informasi, strategi, dan rencana aksi yang lebih baik. Itu juga membantu perusahaan untuk tetap kompetitif dan relevan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

## E. Fokus Penelitian

Secara detail penelitian ini akan membahas tentang bagaimana media Beritajam.net sebagai media alternatif merancang strategi manajemen untuk meningkatkan pengunjung website agar menjadi pusat perolehan media informasi atau berita yang akurat dan terpercaya oleh masyarakat lokal.

## F. Tinjauan Pustaka

Pada penelitian ini, penulis menggunakan tiga tinjauan pustaka yang menjadi rujukan untuk dapat menemukan persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan, adapun tinjauan pustaka dalam penelitian ini dapat dilihat pada sebagai berikut:

*Tabel 1.1 Tinjauan Pustaka*

No	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
1.	<b>Nama Peneliti</b>	Hidayatul Syukira	Shaleha Nurudina	Kiki Mardianti
2.	<b>Judul Penelitian</b>	Strategi Komunikasi Faktualnews.com Dalam Menjaring Pengunjung Portal Berita Online	Strategi Manajemen Republika Mengelola Industri Media Digital.	Strategi Redaksi Riau Pos Dalam Meningkatkan Minat Baca Pembaca Muda.
3.	<b>Hasil</b>	Strategi komunikasi yang	Strategi manajemen	Menjelaskan bahwa riau pos

	dilakukan media factualnews.com dalam menjangkau pengunjung portal berita online adalah strategi komunikasi dalam membranding perusahaan, menggunakan judul yang menarik pembaca, kerja sama tim memanfaatkan media sosial.	republika yang berlangsung dapat disimpulkan bahwa, media cetak tidak hilang dengan hadirnya media online republikapun terus mengikuti perkembangan teknologi dengan menciptakan E-paper republika, mobile friendly untuk republika online, serta magazine republika.	mempunyai sebuah program khusus anak muda sebagai upaya peningkatan minat baca remaja yang memiliki empat strategi yaitu strategi membentuk rublik, strategi dalam mengisi rublik, strategi sosialitas dan kerja sama dengan berbagai sekolah, serta strategi pengembangan wartawan.
4. <b>Persamaan</b>	Terdapat pada fokus pembahasan mengenai strategi manajemen media dalam meningkatkan pengunjung website serta metode penelitian yang juga menggunakan pendekatan kualitatif.	Terdapat pada pembahasan yang menyinggung tentang strategi manajemen media dengan menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif.	Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Kiki Mardiani dengan penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada pembahasan mengenai strategi media dengan metode yang sama yaitu metode deskriptif kualitatif.
5. <b>Perbedaan</b>	Sedangkan Perbedaan terletak pada objek dan bidang penelitian.	Perbedaan terletak pada objek dan fokus penelitian serta penggunaan teori yang berbeda.	Hal yang menjadi pembeda antar kedua penelitian ini terdapat pada obyek



Penelitian terdahulu yang menjadi tinjauan pustaka di atas memberikan sumbangsih yang signifikan pada penelitian ini. Sumbangsih yang dimaksud meliputi sebagai berikut: *Pertama*, penelitian dari Hidayatul Syukira menjelaskan tentang strategi komunikasi dari salah satu media berita online yaitu faktualnews.com dalam menjangkau pengunjung. Terdapat tiga temuan penting dalam penelitian itu yaitu bahwa faktualnews.com mengembangkan pengunjung websitenya dengan menyuguhkan judul yang menarik, soliditas antar tim dan memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi yang digunakan. Melalui penelitian tersebut, penulis dalam memperdalam observasi nantinya guna menemukan data yang komprehensif mengenai strategi yang digunakan oleh beritajam.net dalam meningkatkan pengunjung websitenya. Hasil dari observasi penulis juga jika memiliki kesamaan strategi dalam dikuatkan dengan penelitian di atas.

*Kedua*, kontribusi penelitian yang dilakukan oleh Shaleha Nurudina juga sangat berharga bagi penulis, mengingat melalui penelitian Shaleha menghasilkan temuan menarik dengan dapat beradaptasinya republika di era ini menjadikan republika dapat tetap hadir di tengah-tengah masyarakat sebagai media pemberitaan yang dapat dipercaya. Hal ini tentu menjadi penting, mengingat sebuah industri yang bergerak dibidang pemberitaan sudah selayaknya dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman melalui inovasi-inovasi guna meningkatkan eksistensi dari media yang dikelola, begitupun

dengan beritajam.net yang juga menjadi penting untuk selalu beradaptasi dengan perkembangan zaman, memaksimalkan riset-riset untuk pengembangan portal media yang dikelola.

*Ketiga*, begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Kiki Mardianti yang meneliti strategi redaksi salah satu media online guna dapat menarik minat pembaca khususnya anak muda. Penelitian itu sangat mendukung penelitian ini, mengingat untuk menjadi portal media online yang populer diperlukan untuk menjangkau semua kalangan termasuk anak muda, terlebih beritajam.net sejauh ini pengunjungnya masih didominasi oleh kalangan masyarakat tertentu. Oleh karena itu, strategi yang dihasilkan dari penelitian di atas dapat menguatkan penelitian ini untuk menyusun strategi manajemen media beritajam.net secara komprehensif. Dari tiga penelitian sebelumnya, maka penelitian ini dapat mengadopsi ide dan temuan dari penelitian terdahulu untuk membantu merancang strategi yang efektif dalam meningkatkan minat dan jumlah pengunjung di website Beritajam.net.

## **G. Kerangka Teori**

### **1. Strategi Manajemen Media**

Strategi dapat didefinisikan sebagai penentuan dari tujuan dasar jangka panjang dan sasaran sebuah perusahaan, dan penerimaan dari serangkaian tindakan serta alokasi dari sumber-sumber yang dibutuhkan untuk melaksanakan tujuan tersebut (Fachruddin, 2016:6). Strategi dapat diartikan sebagai taktik atau rencana yang cermat yang dijalankan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan manajemen

berasal dari kata Perancis kuno, manajemen yang berarti sebuah pelaksanaan dan pengaturan. Manajemen dapat didefinisikan sebagai sebuah proses, perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien (Fachruddin, 2016:8).

Strategi manajemen merupakan serangkaian taktik yang direncanakan sedemikian rupa dalam pengaturan dan pengorganisasian sumber daya untuk mencapai satu tujuan. Sumber daya yang dimaksudkan adalah segala sesuatu baik yang berwujud maupun tidak, yang digunakan untuk mencapai hasil, misalnya sumber daya manusia, peralatan, waktu, dan informasi.

Sementara Rahmanita Ginting, et. al. (2021) menyatakan bahwa strategi manajemen media merupakan seni dan ilmu merumuskan, mengimplementasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi atau lembaga mencapai tujuannya dan juga sebagai seperangkat keputusan dan tindakan manajerial yang membantu menentukan kinerja jangka panjang suatu organisasi atau lembaga yang mencakup pemindaian lingkungan baik eksternal maupun internal.

Strategi Manajemen merupakan hal yang sangat penting dalam manajemen media mengingat formulasi strategi media, pemilihan strategi media, implementasi strategi media dan monitoring serta evaluasi dari implementasi strategi media akan berdampak pada keberhasilan dan keberlangsungan perusahaan, sejalan dengan

perkembangan kompetisi yang semakin ketat dan perubahan lingkungan yang sangat cepat pada era digital saat ini khususnya pada industri media, maka dibutuhkan strategi manajemen media yang efektif dan juga efisien.

Dalam mengelola portal berita terdapat beberapa unsur yang harus diperhatikan, hal ini juga menjadi strategi manajemen redaksional yang harus ada dalam portal berita online sehingga dapat secara maksimal dalam menyusun strategi media. Berikut strategi manajemen media sebagaimana dijelaskan (Pareno, 2005:150):

**a. Perencanaan (*Planning*)**

Perencanaan dalam manajemen editorial berita di majalah melibatkan pengaturan materi yang akan disajikan dalam edisi bulanan serta membahas berita-berita yang memerlukan perhatian khusus. Proses ini juga mencakup perumusan visi dan misi media massa, seperti menentukan format media seperti koran, majalah, tabloid, atau jurnal, serta merinci aspek-aspek seperti jenis kertas yang akan digunakan, termasuk spesifikasi lengkapnya, seperti bobot dan ukuran. Selain itu, perencanaan juga mencakup detail tentang segmentasi pembaca dan iklan (Henny, 2004:113).

Berdasarkan penjelasan di atas, perencanaan dalam strategi manajemen media merupakan langkah kunci dalam mencapai keberhasilan pelaksanaan suatu kampanye atau inisiatif media. Indikator-indikator perencanaan juga harus diperhatikan sebaik

mungkin untuk memberikan panduan yang jelas dalam mengukur dan memastikan kualitas perencanaan yang dilakukan (Presetyo, 2019). Indikator-indikator perencanaan tersebut sebagai berikut:

1) Tujuan dan Sasaran

Keselarasannya antara tujuan strategis dan sasaran operasional menjadi kunci keberhasilan. Tujuan yang terukur dan dapat diukur secara spesifik memberikan arah yang jelas untuk setiap tindakan yang dilakukan dalam strategi manajemen media.

2) Stakeholder Analisis

Pemahaman mendalam terhadap pemangku kepentingan membuka peluang untuk membangun hubungan yang kuat. Melalui analisis ini, organisasi dapat merespon kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan, memastikan bahwa strategi media mencerminkan nilai dan kepentingan perusahaan.

3) Penetapan Target Audiens

Identifikasi target audiens yang tepat dan efektif adalah langkah awal untuk menciptakan konten yang relevan. Dengan mempertimbangkan karakteristik demografis, psikografis, dan perilaku audiens, organisasi dapat mengarahkan pesan dengan lebih efisien.

4) Perencanaan Konten

Rencana konten yang terstruktur dan relevan membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan target audiens. Jadwal publikasi yang konsisten juga mendukung pemeliharaan kehadiran yang berkelanjutan di mata konsumen.

#### 5) Metrik Kinerja

Pemantauan metrik kinerja memberikan pemahaman yang jelas tentang efektivitas strategi media. Mengukur jumlah kunjungan, tingkat interaksi, konversi, dan retensi pengguna adalah kunci untuk mengukur kesuksesan kampanye.

#### **b. Pengorganisasian (*organization*)**

Langkah pengorganisasian dalam manajemen editorial melibatkan pembentukan struktur organisasi, penugasan tugas pekerjaan, serta penempatan individu beserta posisi mereka dalam struktur organisasi. Dalam proses editorial, ada aspek *staffing* yang mencakup penempatan individu yang terlibat langsung dalam unit kerja editorial. Hal ini merupakan komponen yang sangat vital sebagai "Pelaksana Utama" (Pareno, 2005:96). Dalam konteks ini, pengorganisasian dalam strategi manajemen media adalah langkah krusial untuk memastikan bahwa sumber daya dan proses yang terlibat dalam pelaksanaan strategi berjalan secara efektif. Dalam pengorganisasian terdapat tiga indikator yang harus dipenuhi sebagaimana berikut:

### 1) Struktur Organisasi yang Efektif

Struktur organisasi yang efektif menciptakan kerangka kerja yang memungkinkan tugas dan tanggung jawab terkait dengan strategi media dapat dijalankan secara efisien. Dalam konteks ini, perlu memastikan bahwa ada divisi atau departemen yang fokus pada manajemen media, dengan peran yang terdefinisi dengan jelas untuk setiap anggota tim. Keselarasan ini memastikan bahwa strategi media diintegrasikan secara efektif ke dalam struktur organisasi yang lebih besar.

### 2) Tim yang Terampil dan Berkolaborasi

Memiliki tim yang terampil dalam berbagai aspek manajemen media, termasuk penulisan konten, analisis data, pemasaran digital, dan manajemen risiko, adalah kunci untuk keberhasilan strategi. Selain itu, kolaborasi yang baik antara anggota tim memastikan terjadinya pertukaran ide dan informasi yang menghasilkan output yang lebih berkualitas. Peningkatan keterampilan melalui pelatihan dan pengembangan juga dapat menjadi indikator kunci untuk pengorganisasian yang sukses.

### 3) Teknologi dan Sistem Pendukung

Integrasi teknologi yang tepat dan sistem pendukung yang efisien sangat mendukung pengorganisasian strategi

manajemen media. Ini termasuk penggunaan alat analitik, platform manajemen konten, sistem pelacakan kinerja media, dan solusi kolaborasi. Indikator kesuksesan adalah sejauh mana teknologi dan sistem ini dapat diadopsi dan dioptimalkan untuk mendukung tujuan strategi media, seperti meningkatkan efisiensi, meningkatkan interaksi pengguna, dan memfasilitasi analisis data yang lebih mendalam.

Indikator di atas penting untuk dicatat bahwa saling terkait dan harus dipertimbangkan bersama-sama. Pengorganisasian yang baik membutuhkan sinergi antara struktur organisasi, tim yang terampil, dan penggunaan teknologi yang cerdas. Dengan memantau dan mengevaluasi ketiga indikator ini secara teratur, organisasi dapat mengidentifikasi area perbaikan dan meningkatkan pengorganisasian strategi manajemen media mereka untuk mencapai kesuksesan jangka panjang (Morrisan, 2009).

**c. Penggerakan (*actuating*)**

Kustadi (2007:40) menjelaskan bahwa tahap pelaksanaan produksi berita dalam manajemen editorial adalah proses di mana informasi dikonversi menjadi tulisan atau produk jurnalistik. Dalam proses ini, terdapat serangkaian aktivitas yang mencakup:

1) Tahap peliputan (*News Gathering*)

Tahap peliputan atau *news gathering* dalam manajemen redaksional adalah kegiatan peliputan dan pengumpulan data



oleh wartawan melalui observasi (*reportase*), wawancara (wawancara) dan studi literatur (riset kepustakaan).

- a) Observasi (*reportase*), merupakan kegiatan jurnalistik berupa meliput langsung ke lapangan. Wartawan mendatangi langsung tempat dan peristiwa, mengumpulkan fakta dan data seputar peristiwa tersebut (Romli, 2018:7).
- b) Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh wartawan (*reporter*) dengan narasumber untuk memperoleh informasi menarik dan penting serta menggali informasi sebanyak dan sedalam mungkin.
- c) Studi literatur (riset kepustakaan), merupakan teknik peliputan data dengan mencari klipings koran atau majalah, membaca buku dan menggunakan fasilitas internet.

Dalam proses peliputan, media massa tidak hanya mempekerjakan wartawan untuk melaporkan berita, melainkan juga fotografer atau wartawan foto yang bertanggung jawab menyajikan gambar-gambar detail sebagai dokumentasi yang mendukung materi atau tema berita. Hal ini bertujuan untuk memperkaya naskah berita dan meningkatkan daya tariknya.

## 2) Penulisan (*News Writing*)

Menurut Romli (2005:9) Sebuah informasi atau berita sebagai produk jurnalistik memiliki jenis yang beragam. Adapun jenis-jenis berita, yaitu :

a) *Straight News* (Berita Langsung)

Yaitu berita yang informasinya diperoleh langsung dari narasumber. Biasanya diungkap dalam bentuk pemaparan dan penulisannya lebih mengutamakan aktualitas informasinya.

b) *Investigative news* (penggalian berita)

Yaitu berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian (penyelidikan) dari berbagai sumber. Berita bermula dari adanya isu (data mentah). Penulisannya memusatkan pada sejumlah masalah (kontroversi).

c) *Interpretative news* (penjelasan berita)

Yaitu berita yang penyajiannya merupakan gabungan dari fakta dan interpretasi, penulis boleh memasukkan uraian atau komentar yang ada kaitannya dengan data yang diperoleh dari peristiwa yang dilihatnya.

d) *Depth news* (pengembangan berita)

Yaitu berita yang penulisannya bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang peristiwa fenomenal (aktual) dan berita berasal dari sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan dilanjutkan kembali.

e) *Feature news* (berita tidak langsung)

Yaitu berita yang penulisan dan penyajiannya menggunakan teknik mengisahkan (menarik perhatian

khalayak) dalam bentuk naratif berdasarkan fakta dan penulisannya bergantung pada gaya bahasa yang ringan dan menghibur.

Selain itu, berita yang ditulis juga harus mempunyai nilai berita (*news value*) yang sekaligus menjadi “karakteristik utama” berita agar dapat dipublikasikan (layak muat). Menurut Hikmat (2018:25) nilai berita sangat penting untuk diketahui sebelum menulis karena akan menjadi panduan bagi seorang wartawan untuk memutuskan suatu kejadian, informasi, atau keadaan layak diberitakan atau tidak. Nilai berita tersebut adalah, (1) aktual, (2) kedekatan, (3) penting, (4) luar biasa, (5) tokoh, (6) eksklusif, (7) ketegangan, (8) konflik, (9) human interest, (10) seks, (11) progresif, (12) trend, (13) humor. Kriteria umum nilai berita tersebut bisa menjadi pedoman para redaktur dalam dunia jurnalistik.

### 3) Penyuntingan (*News Editing*)

Septiawan (2005:213) menggambarkan penyuntingan naskah atau editing sebagai sebuah proses di mana tulisan diperbaiki, dikoreksi, atau disempurnakan secara redaksional dan substansial sebelum dicetak. Proses ini dilakukan oleh seseorang yang disebut editor atau redaktur. Dalam aspek redaksional, editor memperbaiki struktur penulisan, baik itu dalam kata-kata maupun kalimat, untuk membuatnya lebih

logis, lebih mudah dimengerti, dan menghindari kebingungan. Selain itu, editor memastikan kebenaran ejaan dan kesesuaian cara penulisan agar memiliki makna yang jelas dan mudah dibaca. Dalam hal substansial, editor perlu memeriksa fakta dan data untuk menjaga akurasi dan kebenaran informasi. Editor juga harus memastikan penggunaan bahasa yang sesuai dan isi tulisan yang dapat dimengerti oleh pembaca, bukan justru membingungkan mereka.

#### **d. Pengawasan (*controlling*)**

Langkah pengawasan dalam manajemen editorial adalah proses untuk menilai sejauh mana pelaksanaan kerja di bidang redaksional sejalan dengan rencana yang telah ditetapkan. Pengawasan merupakan aspek krusial, karena melibatkan evaluasi dan penyuntingan hasil dari berita sebelum dapat diterbitkan.

Pada tahap pengawasan, hasil kerja di bidang redaksi akan dievaluasi dan disesuaikan dengan konsep berita serta kriteria nilai berita yang berlaku secara umum. Proses pengawasan ini memiliki signifikansi penting dalam menjaga kesesuaian isi rubrik dengan prinsip-prinsip jurnalistik yang berlaku. Pengawasan dilakukan oleh redaksi untuk memastikan bahwa pelaksanaan kerja sesuai dengan rencana dan agar isi rubrik tetap mematuhi standar majalah dan prinsip-prinsip jurnalistik eksternal. Pengawasan melibatkan evaluasi serta koreksi ulang terhadap naskah jadi setelah proses penyuntingan, sehingga menghasilkan produk jurnalistik yang lebih berkualitas. Oleh karena itu, hasil kerja redaksi akan selaras dengan konsep berita dan kriteria nilai berita yang berlaku secara universal (Sumadiria, 2005:116-117).

Adapun tujuan strategi manajemen media menurut Rahmanita Ginting, et. al. (2021) adalah memperluas jangkauan geografis dalam meraih pembeli, mendukung pengenalan dan evaluasi merek, membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, meraih

keunggulan bersaing dan kinerja yang unggul, membangun hubungan yang lebih bernilai dalam jangka panjang dengan pelanggan.

## 2. Media Online

### a. Pengertian Media Online

Media merupakan alat atau saluran komunikasi yang berbasis teknologi. Sedangkan online adalah istilah dalam internet yang digunakan sebagai penyaluran informasi pada jaringan internet yang bisa di akses kapan saja dan dimana saja. Media online merupakan media yang tayang di dunia maya dan bisa di baca serta di lihat oleh banyak pengguna internet (*user*) seperti pada blog, website dan lain sebagainya. Secara fisik atau teknis media online juga bisa diartikan sebagai media yang berbasis multimedia, teknologi dan telekomunikasi (Yunus, 2015:27).

Media online memiliki keunggulan informasi yang terdiri dari praktis, up to date dan real time. Alasan utama bisa disebut praktis adalah karena penggunaan media online yang di dukung oleh fasilitas teknologi internet yang ada bisa di akses kapan saja dan dimana saja. Begitupun sebaliknya *up to date* karena media online bisa mengupgrade berita atau informasi terkini dari waktu ke waktu dan juga secara *real time* karena media online menyajikan berbagai informasi dan fenomena yang sedang berlangsung (Yunus, 2015:38).

Menurut Marshall McLuhan (2005) menyatakan bahwa media online adalah ide baru dalam bermedia sosial. Akan tetapi, keberadaan media baru masih bergantung pada metode media lama yaitu menggunakan metode media tradisional sebagai acuan dalam konteks yang di terapkan oleh internet. Jadi media online merupakan media massa yang hanya bisa dilakukan lewat jaringan internet baik yang memiliki sifat mandiri (tidak bergantung kepada media lain yang menjadi pendukungnya dan disebut juga berdiri sendiri) maupun yang bersifat statis (media yang tidak mampu menyesuaikan keadaannya pada media lainnya) (Tankard & W., 2005:458).

#### **b. Jenis-jenis Media Online**

Secara teknis atau “fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*), radio online, TV online, dan email. Adapun dalam penelitian ini media online yang dimaksud adalah *website*, utamanya *website* berita (*news online media*), karena situs berita merupakan media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini (Ayunita et al., 2014).

Menurut Romli (2018:35) media online atau situs berita dapat diklasifikasikan menjadi lima kategori sebagaimana berikut ini:

- 1) Situs berita berupa “edisi online” dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti *republika online*, *kompas cybermedia*, *media-indonesia.com*, *seputar-indonesia.com*, *pikiran-rakyat.com*, dan *tribunjabar.co.id*.
- 2) Situs berita berupa “edisi online” media penyiaran radio, seperti Radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan Radio Nederland (*rnw.nl*).
- 3) Situs berita berupa “edisi online” media penyiaran televisi, seperti *CNN.com*, *metrotvnews.com* dan *liputan6.com*.
- 4) Situs berita online “murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti *antaranews.com*, *detik.com*, dan *VIVA News*.
- 5) Situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs lain, seperti *Yahoo! News*, *Plasa.msn.com*, *NewsNow*, dan *Google News-layanan* komplikasi berita secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media online.

Dari beberapa kategori di atas, jenis-jenis media online dapat dibagi menjadi enam jenis (Romli, 2018:37) sebagai berikut:



- 1) *News Organization Website*: situs lembaga pers atau penyiaran, misalnya edisi online surat kabar, televisi, agen berita, dan radio.
- 2) *Commercial Organization Website*: situs lembaga bisnis atau perusahaan, seperti manufaktur, retailer, dan jasa keuangan, termasuk toko-toko online (*online store*) dan bisnis online.
- 3) *Website Pemerintah*: di Indonesia ditandai dengan domain [.id] seperti indonesia.go.id (Portal Nasional Indonesia), setneg.go.id, dan dpr.go.id.
- 4) *Website Kelompok Kepentingan (Interest Group)*, termasuk website ormas, parpol, dan LSM.
- 5) *Website Organisasi Non-Profit*: seperti lembaga amal atau grup komunitas.
- 6) *Personal Website (Blog)*.

### **3. Portal Berita Online**

Berita adalah penyampaian informasi mengenai peristiwa terbaru yang tengah berlangsung. Informasi ini dapat disampaikan melalui berbagai media seperti cetak, siaran, internet, atau secara lisan kepada berbagai pihak atau masyarakat umum (Mustikasari et al., 2022). Tugas utama seorang wartawan adalah melaporkan berita, dan ketika berita tersebut dilaporkan, itu menjadi informasi terbaru yang dipilih dengan sengaja oleh redaksi atau media untuk disiarkan. Pemilihan ini

didasarkan pada keyakinan bahwa berita yang dipilih akan menarik perhatian banyak orang karena mengandung unsur-unsur yang menjadikannya berita yang relevan dan menarik.

Menurut A.M. Hoeta Soehoet dalam (Hikmat, 2018:36) Berita adalah keterangan mengenai suatu peristiwa atau isi pernyataan seseorang yang menurutnya perlu diketahui untuk mewujudkan filsafat hidupnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa berita merupakan sebuah pemberitahuan yang mengungkap tentang sebuah kejadian atau hal yang terjadi pada waktu tertentu.

#### **a. Jenis-jenis Berita Online**

Menurut Kusumaningrat (2006:259), jenis-jenis berita online terbagi menjadi lima yaitu sebagai berikut:

##### *1) Straight News*

Berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar berisi berita jenis ini. jenis berita Straight News dipilih lagi menjadi dua macam:

- a) *Hard News*, yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan.
- b) *Soft News*, nilai beritanya di bawah *Hard News* dan lebih merupakan berita pendukung.

##### *2) Depth News*

Berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan.

3) *Investigation News*

Berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.

4) *Interpretative News*

Berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penelitian penulisnya/reporter.

5) *Opinion News*

Berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa dan sebagainya.

**b. Karakteristik Berita Online**

Menurut Syukria (2020) dalam penelitiannya mengatakan ada beberapa karakteristik dan keunggulan pada online, sebagai berikut:

- 1) Multimedia bisa menyajikan atau membuat informasi dan berita dalam bentuk grafis, teks, video, gambar dan audio secara bersamaan.
- 2) Aktualitas yang berisi informasi factual karena kecepatan dan kemudahan dalam penyajian informasi.

- 3) Cepat dalam hal mengupload atau memposting langsung yang bisa diakses oleh pengguna (*user*).
- 4) Pembaharuan (*update*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi redaksi maupun konten seperti, kesalahan ejaan atau ketikan.
- 5) Kapasitas halaman web yang luas dan dapat menampung banyak naskah Panjang.
- 6) Fleksibilitas dalam editing dan pembuatan naskah bisa dimana saja dan kapan saja bisa disetiap waktu,
- 7) Dapat menjangkau akses internet yang luas seluruh dunia.
- 8) Dapat fasilitas *chat room* dan fasilitas kolom komentar untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya.
- 9) Terdapat bank data (arsip) yang terdokumentasi untuk menyimpan informasi dan juga bisa ditemukan melalui artikel, link, fasilitas dan arsip pencarian (*serch*).
- 10) Adanya *hyperlink* yang bisa menghubungkan sumber lain dan terkait dengan informasi yang tersaji.

Meskipun demikian, nyatanya karakter media online memiliki kelemahan sebagaimana berikut:

- a) Memiliki ketergantungan pada perangkat koneksi internet dan computer, apa bila tidak ada browser, baterai habis, tidak ada koneksi internet dan tidak ada aliran listrik maka penggunaan media online tidak akan bisa diakses.

- b) Bisa diakses dan dimiliki oleh semua orang apabila pengguna media sosial tidak memiliki keahlian dibidang menulis walaupun dia seorang pengguna media online maka pengguna media online tersebut akan mengisi konten media miliknya dengan cara mengcopy paste dari situs lain.
- c) Kecermatan informasi sering tertinggal atau terabaikan karena pengguna lebih memilih kecepatan pada informasi yang termuat di media sosial yang biasanya tidak seakurat media cetak terutama pada penulisan kata.

**c. Bagian-bagian Berita**

*1) Headline*

*Headline* atau biasa disebut judul. Sering juga dilengkapi dengan anak judul. Bagian ini menolong pembaca agar segera mengetahui peristiwa yang akan diberitakan; menonjolkan satu berita dengan dukungan teknik grafika.

*2) Deadline*

Ada yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Ada pula yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Tujuannya adalah untuk menunjukkan tempat kejadian dan inisial media.

*3) Lead*

Lazim disebut teras berita. Biasanya ditulis pada paragraph pertama sebuah berita. Ia merupakan unsur yang paling penting dari sebuah berita, yang menentukan apakah isi berita akan dibaca atau tidak. Ia merupakan sari pati sebuah berita, yang melukiskan seluruh berita secara singkat.

#### 4) *Body*

*Body* atau tubuh berita. Isinya menceritakan peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas. Dengan demikian *body* merupakan perkembangan berita.

### **d. Unsur-unsur Berita**

Dalam berita harus memenuhi unsur-unsur berita yang telah disepakati, adapun unsur-unsur berita yang dimaksud adalah 5W+1H sebagai berikut:

- 1) *What* - apa yang terjadi di dalam suatu peristiwa?
- 2) *Who* - siapa yang terlibat di dalamnya?
- 3) *Where* - di mana terjadinya peristiwa itu?
- 4) *When* - kapan terjadinya?
- 5) *Why* - mengapa peristiwa itu terjadi?
- 6) *How* - bagaimana terjadinya?
- 7) *What next* - terus bagaimana?

## H. Kerangka Pemikiran



*Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran  
Sumber: (Olahan Peneliti, 2023)*

## **I. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif-deskriptif. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif ini perlu menekankan pada pentingnya kedekatan peneliti dengan orang-orang yang berada di lokasi penelitian. Oleh karena itu penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha melihat kebenaran dan membenarkannya, namun di dalam melihat kebenaran tersebut tidak selalu dapat dan cukup dengan melihat sesuatu yang nyata (Sugiyono, 2017:15).

Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data dan meneliti sejarah perkembangan. Mengingat bahwa penelitian ini bertujuan untuk memahami dan memaknai berbagai fenomena yang ada atau yang terjadi dalam kenyataan sebagai ciri khas penelitian kualitatif, dalam hal ini bagaimana strategi manajemen media beritajam.net dalam meningkatkan pengunjung website, maka peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Oleh karena itu, penelitian tentang strategi manajemen media beritajam.net dalam meningkatkan pengunjung website menjadi relevan



dengan menggunakan penelitian kualitatif karena memenuhi karakteristik penelitian kualitatif, terutama dalam hal pengungkapan data secara mendalam melalui wawancara, observasi dan kajian dokumen terhadap apa yang dilakukan para informan, bagaimana mereka melakukan kegiatan, untuk apa kegiatan-kegiatan dilakukan dalam realitas yang sesungguhnya.

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kantor Redaksi Beritajam.net yang beralamatkan di Jl. Safta Marga RT 021/007. Kelurahan Pematang Kandis, Kecamatan Bangko, Merangin, Jambi.

## **4. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan dimulai sejak persiapan penelitian, penulisan hasil penelitian serta pelaporan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan bulan Oktober 2023.

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai berikut:

### **a. Observasi**

Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrument. Format yang di susun berisi item-

item tentang kejadian atau tingkah laku yang menggambarkan akan terjadi. Sebagai metode ilmiah observasi (pengamatan) diartikan sebagai pengamatan pencatatan sistematis dari fenomena-fenomena yang diselidiki (Moleong, 2014:10). Oleh karena itu untuk mengetahui secara komprehensif realitas yang terjadi, maka peneliti akan terjun secara langsung pada lokasi untuk melihat secara langsung obyek penelitian dan mencatat hasil dari pengamatan dilokasi tersebut.

Dalam hal ini peneliti mengadakan observasi langsung yaitu melakukan pengamatan ke kantor Beritajam.net dan websitenya untuk mengamati keadaan dan perkembangan website serta kerja-kerja jurnalistik yang dilakukan beritajam.net. Selain itu, observasi dilakukan secara non partisipan, dimana peneliti berperan hanya sebagai pengamat fenomena yang diteliti. Pengamatan dilakukan secara langsung untuk mendapatkan gambaran yang utuh terkait fokus penelitian. Hasil pengamatan disusun dalam catatan lapangan. Isi catatan lapangan berupa peristiwa rutin, temporal, interaksi dan interpretasinya.

Dalam hal ini peneliti mengadakan observasi langsung yaitu melakukan pengamatan terhadap beritajam.net untuk mengamati keadaan kantor, karyawan, fasilitas yang dimiliki, struktur organisasi, kegiatan pengembangan yang diterapkan di kantor beritajam.net.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang mewawancarai (*Interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Mulyana, 2010). Wawancara dilakukan dengan berdialog dan tanya jawab dengan CEO beritajam.net, bagian periklanan perusahaan, wartawan, dan beberapa masyarakat yang menjadi pelanggan dari beritajam.net. Hasil-hasil wawancara kemudian dituangkan dalam struktur ringkasan, yang dimulai dari penjelasan ringkas identitas, deskripsi situasi atau konteks, identitas masalah, deskripsi data, unitisasi dan ditutup dengan pemunculan tema. Berikut daftar informan dalam penelitian ini:

*Tabel 1.2 Daftar Informan*

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Keterangan</b>
1	Himun Zuhri	Pemimpin Redaksi/CEO
2	Cristia Mailela	Bagian Periklanan
3	Dicky Saputra	Wartawan
4	Supirdaus	Masyarakat/Audiens
5	Hendri Yanto	Masyarakat/Audiens

*Sumber: (Olahan Peneliti, 2023)*

c. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Dibandingkan dengan metode lain, maka metode ini agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati (Mulyana, 2010:231). Dalam hal ini peneliti dokumentasi yang dimaksud diambil saat melakukan observasi dan proses wawancara sebagai bukti yang sah dalam melakukan penelitian. Selain itu, tentu yang ada hubungannya dengan proses strategi manajemen media di perusahaan yang membawahi beritajam.net, seperti dokumen-dokumen yang berupa buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dimana hal ini adalah sumber utama yang digunakan peneliti, selain hasil-hasil penelitian yang relevan dengan fokus penelitian.

## **6. Teknik Analisis Data**

Menganalisis data penelitian merupakan suatu langkah yang sangat kritis, apakah menggunakan data *statistic* atau *non statistic*. Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis seperti yang disarankan oleh data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini analisis data dilakukan secara berkesinambungan dari awal sampai akhir penelitian, baik dilapangan maupun diluar lapangan.

a. Reduksi data

Reduksi data, yaitu membuat abstraksi seluruh data yang diperoleh dari seluruh catatan lapangan hasil observasi wawancara dan pengkajian dokumen. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis data yang menajamkan, mengharapakan hal-hal penting, menggolongkan mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data agar sistematis serta dapat membuat satu simpulan yang bermakna. Jadi, data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan pengkajian dokumen dikumpulkan, diseleksi, dan dikelompokkan kemudian disimpulkan dengan tidak menghilangkan nilai data itu sendiri.

b. Penyajian data

Yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dalam pengambilan tindakan. Proses penyajian data ini mengungkapkan secara keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah

dibaca dan dipahami, yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Data yang dimaksud ialah yang dapat menggambarkan bagaimana proses strategi manajemen media untuk meningkatkan pengunjung website di beritajam.net.

c. Kesimpulan dan verifikasi

Data yang sudah diatur sedemikian rupa (dipolakan, difokuskan, disusun secara sistematis) kemudian disimpulkan sehingga makna data dapat ditemukan. Namun, kesimpulan tersebut hanya bersifat sementara dan umum. Untuk memperoleh kesimpulan yang “*grounded*” maka perlu dicari data lain yang baru untuk melakukan pengujian kesimpulan yang tentatif tadi terhadap strategi manajemen media yang ada di beritajam.net.

Dengan kegiatan mereduksi data, dan penyimpulan terhadap hasil penelitian yang dilakukan memberikan kemudahan pembaca dalam memahami proses dan hasil penelitian tentang strategi manajemen media beritajam.net untuk meningkatkan pengunjung website.

## 7. Teknik Validasi Data

Nurrahmah (2017) mengatakan bahwa validasi data merupakan langkah melakukan evaluasi dalam penentuan data-data yang ada guna untuk memperkuat kesimpulan yang diperoleh, dengan adanya validasi data maka kesimpulan yang ada dapat

dipercaya sebagai data yang benar. Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada *grand tour question*, tahap *focused and selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data, dalam penelitian ini penulis menggunakan cara triangulasi agar data yang dihasilkan merupakan data yang valid untuk penelitian. Dengan cara teknik diatas diharapkan tingkat kepercayaan, keteralihan, kebergantungan dan kepastian data dapat disajikan secara objektif dan dapat dipertanggung jawabkan.