

# **STRATEGI MANAJEMEN MEDIA BERITAJAM.NET DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WEBSITE**

## **NASKAH PUBLIKASI**

Diajukan pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan



DISUSUN OLEH:

**RIDHO PANGESTU**

**1900030250**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

**2023**

# **STRATEGI MANAJEMEN MEDIA BERITAJAM.NET DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WEBSITE**

Ridho Pangestu

Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Email: [ridho1900030250@webmail.uad.ac.id](mailto:ridho1900030250@webmail.uad.ac.id)

## **INTISARI**

Beritajam.net, sebagai perusahaan pemberitaan, menghadapi berbagai tantangan dalam bersaing dengan media pemberitaan lain di tengah masyarakat luas. Meskipun telah mempublikasi 2039 berita dengan rata-rata pengunjung 1.505 orang per berita, media ini dihadapkan pada fakta bahwa akses informasi aktual lebih rendah dibandingkan dengan media lokal lain seperti kabarkampungkitojambi.

Sejalan dengan tagline "berani beda," beritajam.net perlu merumuskan strategi manajemen yang lebih efektif dalam menarik pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beritajam.net secara umum telah menerapkan strategi manajemen media yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

Hanya saja dalam aspek penggerakan terjadi ketidaksesuaian antara pendekatan strategi manajemen media dan hasil penelitian. Beritajam.net cenderung memotong proses produksi, fokus pada unsur berita umum, dan kurang memperhatikan aspek lain, mengakibatkan kurangnya kunjungan pembaca pada beberapa kategori berita.

**Kata Kunci:** Beritajam.net, Strategi Manajemen Media, Pengunjung Website

## ABSTRACT

*Beritajam.net, as a news company, faces various challenges in competing with other media outlets in the broader society. Despite having published 2,039 news articles with an average of 1,505 visitors per article, the media is confronted with the fact that its current access to up-to-date information is lower compared to other local media, such as kabarkampungkitojambi.*

*In line with the tagline "boldly different," Beritajam.net needs to formulate a more effective management strategy to attract visitors. This research employs a qualitative-descriptive method with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The findings indicate that Beritajam.net has generally implemented media management strategies, including planning, organizing, directing, and monitoring.*

*However, a discrepancy is observed in the execution of the directing aspect, where there is incongruence between the approach to media management strategy and the research results. Beritajam.net tends to streamline the production process, focusing on general news elements and neglecting other aspects, resulting in a lack of reader engagement in certain news categories.*

*Keyword: Beritajam.net, Media Management Strategy, Website Visitors*

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

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 2039 berita dan rata-rata pengunjung masing-masing berita mencapai 1.505 orang, fakta tersebut 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 di yang juga di Jambi namun berbeda kabupaten seperti kabarkampungkitojambi yang rata-rata pengunjungnya mencapai 18.587 perartikel (wawancara dengan syahreddy pada tanggal 20 juni 2023 melalui media whatsapp). Menyikapi 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.

Oleh karena itu, strategi manajemen media beritajam.net nyatanya perlu untuk ditelaah lebih jauh untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan serta faktor pendukung dan penghambat dalam menyusun strategi untuk menarik pengunjung yang lebih banyak khususnya pada sektor lokal dimana media itu berkembang. 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**

- 1. Manfaat Akademis**
- 2. Manfaat Praktis**
  - a. Bagi Peneliti

- b. Bagi Perusahaan Beritajam.net

## **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. 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. (Sugiyono, 2017:15).

### **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.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

- a. Observasi
- b. Wawancara

c. Dokumentasi

#### **4. Teknik Analisis Data**

a. Reduksi data

b. Penyajian data

c. Kesimpulan dan verifikasi

#### **5. Teknik Validasi Data**

### **GAMBARAN UMUM BERITAJAM.NET**

#### **A. Sejarah Beritajam.net**

Media online di Indonesia memiliki sejarah yang cukup panjang dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan akses internet di negara ini. Sejarah perkembangan itu setidaknya dapat peneliti klasifikasikan ke dalam beberapa era sebagai berikut:

Pertama, pada tahun 1990-an, Indonesia mulai mengenal internet, meskipun dengan keterbatasan akses. Media online pertama muncul dalam bentuk sederhana seperti situs-situs berita yang dioperasikan oleh individu atau organisasi tertentu. Namun, perkembangan ini masih terbatas karena akses internet saat itu masih terbatas.

Kedua, Dengan semakin meluasnya akses internet di Indonesia, terutama pada akhir 1990-an dan awal 2000-an, media online mulai berkembang pesat.

Banyak situs berita dan portal berita muncul, yang memberikan berita, informasi, dan hiburan kepada pengguna internet. Situs-situs seperti Detik.com, Kompas.com, dan Liputan6.com adalah beberapa contoh dari situs-situs berita populer pada masa itu.

Ketiga, Selain situs-situs berita resmi, blog juga memainkan peran penting dalam perkembangan media online di Indonesia. Banyak individu mulai membuat blog pribadi mereka untuk berbagi informasi, pandangan, dan pengalaman pribadi. Sosial media juga memengaruhi perubahan dalam cara berita dan informasi disampaikan dan dikonsumsi oleh masyarakat. Pada dekade 2010-an, media online di Indonesia semakin beragam. Banyak portal berita, situs berita citizen journalism, dan platform berbagi video muncul. Situs-situs tersebut menyediakan berita, hiburan, dan konten-konten lainnya yang dapat diakses oleh masyarakat dengan beragam preferensi dan kepentingan. Berkaitan dengan sejarah panjang perkembangan media berita di Indonesia itu juga menjadi cikal bakal berdirinya beritajam.net.

Melihat potensi dunia digital dan perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat akhir-akhir ini sehingga sebuah media online baru dengan nama beritajam.net lahir pada tanggal 19 Oktober 2019 yang saat ini bernaung dibawah bendera PT. Independen Media Human. Sebagai salah satu perusahaan media, melalui beritajam.net perusahaan ini berusaha selalu 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 penulisan berdasarkan hasil karyanya sesuai kaidah penulisan jurnalistik dan menjunjung tinggi kode etik jurnalis. Beritajam.net ingin menegaskan bahwa portal berita ini hadir ditengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisme yang baik ditengan derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya.

## **B. Struktur Organisasi**

Beritajam.net telah menjadi media pemberitaan lokal wilayah yang melembaga menjadi perusahaan dengan nama PT. Independen Media Human. Dalam menjalankan usahanya, PT. Independen Media Human tersusun ke dalam beberapa struktur organisasi sebagai berikut:

Komisaris : Anisa Ratinah Anin

Direktur : Himun Zuhri

Redaktur Eksekutif : Riko Saputra

Administrasi dan Keuangan : A. Rabitah Anin dan Athika Amanda

Bagian Periklanan : Cristia Mailela

Wartawan : Supmedi, Dicky Saputra

Beritajam.net beralamatkan di Jalan Sapta Marga, RT.021/007 Kelurahan Pematang Kandis, Kecamatan Bangko, Kab Merangin.

### **C. Visi, Misi, dan Logo Beritajam.net**

#### **Visi:**

*“Menjadi sumber berita online terkemuka di Indonesia yang terpercaya, inovatif, dan berfokus pada keadilan, kebenaran, serta kepentingan masyarakat”.*

#### **Misi:**

1. Menyediakan Berita Terpercaya: Kami berkomitmen untuk menyajikan berita yang akurat, faktual, dan berimbang, serta melibatkan proses jurnalisme yang etis dalam pengumpulan dan penyajian informasi.
2. Inovasi dan Kualitas Konten: Kami terus berinovasi dalam penyampaian berita dan konten yang informatif. Kami akan menggabungkan berbagai format media, seperti teks, gambar, video, dan interaktif, untuk memberikan pengalaman berita yang lebih menarik kepada pembaca.
3. Keadilan dan Kebenaran: Kami akan memprioritaskan laporan yang berfokus pada keadilan dan kebenaran. Kami akan mendukung penyelidikan dan penelusuran berita yang mendalam untuk mengungkapkan fakta-fakta yang mendasari peristiwa dan isu terkini.

#### **Logo PT. Independen Media Human**



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil

Dalam penelitian ini peneliti memetakan empat unsur penting dalam menelaah strategi manajemen media sebagaimana dijelaskan oleh Pareno (2005) yang terdiri dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organization*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Keempat unsur tersebut akan peneliti uraikan secara rinci berdasarkan hasil wawancara dengan berpedoman pada draf pertanyaan yang telah disusun sebagai berikut:

#### 1. Perencanaan (*planning*)

pada hasil dalam perancangan media perusahaan, dengan fokus utama pada pencapaian tujuan bisnis, analisis data, pemahaman audiens, evaluasi kinerja, dan adaptasi terhadap perubahan industri dan perilaku konsumen hal ini sesuai dengan konsep perencanaan yang mengedepankan pada banyak sektor salah satunya adalah berpedoman pada visi dan misi serta memperhatikan segmen serta kebutuhan pasar secara menyeluruh.

#### 2. Pengorganisasian (*organization*)

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, peneliti menemukan bahwa dalam pelaksanaan strategi media, kolaborasi antara tim internal yang melibatkan departemen pemasaran, kreatif, dan teknologi informasi, serta mitra

eksternal seperti agen periklanan atau perusahaan riset pasar, menjadi kunci kesuksesan. Pertemuan reguler dan komunikasi terbuka menjadi dasar kolaboratif, memastikan pemahaman yang seragam di antara semua pemangku kepentingan dan gerak sejalan dengan arah strategi media yang ditetapkan. Kolaborasi ini berhasil menciptakan sinergi yang diperlukan untuk mengoptimalkan setiap kampanye media yang diluncurkan oleh perusahaan.

### **3. Penggerakan (*actuating*)**

hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa dalam aspek ini peneliti menyimpulkan bahwa aspek penggerakan tidak terpenuhi atau tidak terimplementasi di beritajam.net. Sehingga hendaknya hal ini menjadi perhatian lebih dari pihak pimpinan perusahaan supaya memungkinkan semua aspek dapat terpenuhi.

### **4. Pengawasan (*controlling*)**

dalam hal pengawasan pimpinan beritajam.net selalu ketat dan rinci, hal ini dilakukan supaya berita yang diproduksi tetap berada di jalur yang sesuai dengan visi misi perusahaan. Data yang sama juga peneliti peroleh dari hasil observasi yang dilakukan pada website beritajam.net dan peneliti menganggap bahwa beritajam.net telah memenuhi aspek pengawasan dalam menunjang strategi manajemen media.

## **B. Pembahasan**

### **1. Perencanaan (*Planning*)**

pada unsur ini beritajam.net telah memenuhi indikator dalam strategi manajemen media sebagaimana dalam penelitian (Pattia & Radjaguguk, 2021) yang menunjukkan bahwa dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi adalah dengan melakukan rapat setiap hari, malam hari, pagi hari, dan sore hari dengan beberapa tahap perencanaan. Selanjutnya, pada konteks fungsi perencanaan, juga diketahui bahwa dalam rapat redaksi yang bersifat formal atau informal secara rutin, terjadi interaksi dan kreativitas di antara staf redaksi.

## **2. Pengorganisasian (*Organization*)**

Sebagai sebuah media, beritajam.net memiliki dua fungsi utama, yakni fungsi pelayanan dan fungsi bisnis. Fungsi pelayanan mengimplikasikan kewajiban beritajam.net untuk memberikan layanan berita yang seimbang dan sesuai fakta. Di sisi lain, dalam fungsi bisnisnya, beritajam.net tetap membuka diri terhadap iklan yang masuk ke situs web mereka tanpa adanya prasangka, bersikap netral, dan menerima iklan tersebut dengan positif selama iklan tersebut baik dan menguntungkan. Kebijakan ini diambil untuk memastikan bahwa pendapatan yang diperoleh sejalan dengan ideologi, visi, dan misi media beritajam.net. Selain itu, iklan yang diajukan harus diawali dengan koordinasi bersama pihak pimpinan beritajam.net, agar dapat diputuskan apakah iklan tersebut layak diterima atau tidak. Dalam konteks fungsi pengorganisasian, hasilnya adalah struktur organisasi yang ditetapkan untuk memfokuskan pembagian tugas.

### **3. Penggerakan (*actuating*)**

Berkaitan dengan aspek ini nyatanya juga merupakan suatu kendala yang seringkali terjadi khususnya bagi media yang cenderung baru terlebih arah gerakannya pada sektor regional (Silviani, Elok, 2021). Meskipun demikian tentu baiknya hal itu tetap harus mendapatkan perhatian lebih dari pimpinan perusahaan mengingat pentingnya menggunakan segala unsur strategi agar dapat meningkatkan kunjungan dari portal berita online tersebut.

### **4. Pengawasan (*Controlling*)**

Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa beritajam.net menunjukkan pengelolaan yang baik terutama dalam hal memastikan konten yang dipublikasikan sesuai dengan standar etika jurnalistik dan kebijakan internal perusahaan. Selain itu, redaktur diketahui selalu menekankan pada kontrol pengawasan yang rinci dan detail. Rapat evaluasi mingguan dan fokus pada keamanan informasi serta kualitas jurnalisme menunjukkan keseriusan perusahaan dalam menjaga reputasi dan operasionalnya. Oleh karena itu, unsur pengawasan dalam strategi manajemen media yang diimplementasikan beritajam.net sesuai dengan penelitian Pattia & Radjaguguk (2021) yang menekankan pada aspek pengawasan untuk meningkatkan pengunjung website.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Pada unsur perencanaan media ditemukan kesesuaian antara hasil penelitian dengan pendekatan yang digunakan mengenai strategi manajemen media dalam meningkatkan pengunjung website.
2. Pada unsur pengorganisasian hasil penelitian menunjukkan pembentukan struktur organisasi yang jelas, tugas-tugas tim yang jelas baik pada bagian internal maupun eksternal. Dengan demikian terlihat bahwa pada unsur ini terdapat kesesuaian antara pendekatan yang digunakan dengan hasil penelitian.
3. Pada unsur penggerakan hasil penelitian menunjukkan terdapat ketidaksesuaian antara pendekatan strategi manajemen media yang digunakan dengan hasil penelitian. Hal ini terlihat dari adanya pemotongan proses produksi yang di beritajam.net hanya menekankan pada unsur-unsur berita secara umum dan tidak memperhatikan aspek lain, sehingga dalam beberapa kategori berita tidak banyak mendapatkan kunjungan pembaca.
4. Pada unsur pengawasan, hasil penelitian menunjukkan bahwa beritajam.net secara umum telah menjalankan strategi manajemen media, dimana dengan diadakannya pengawasan kepada tim agar berita yang diproduksi sesuai dengan *role* yang digunakan.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Beritajam.net hendaknya dapat memaksimalkan keempat aspek strategi manajemen media sebagai di atas untuk dapat membantu meningkatkan pengunjung websitenya.
2. Dalam hal aspek pergerakan beritajam.net hendaknya dapat mengevaluasi sistem kerja dan acuan produksi berita, karena berdasarkan temuan peneliti berita yang diproduksi beritajam.net cenderung tidak memperhatikan unsur-unsur yang terdapat pada aspek pergerakan tersebut.
3. Unsur-unsur yang telah terpenuhi hendaknya dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan agar jangkauan beritajam.net dapat meningkat dan menuju ke arah yang lebih baik.
4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempersiapkan rencana penelitian secara matang supaya mendapatkan hasil penelitian yang maksimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabet.
- Pattia, G., & Radjagukguk, D. L. (2021). Strategi Manajemen Redaksi RadarDepok.com dalam Menghadapi Persaingan di Era Digitalisasi. *Populis : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 130–138.  
<https://doi.org/10.47313/pjsh.v5i1.825>
- Pareno, S. A. (2005). *Manajemen Berita: Antara Idealisme dan Realita*. Penerbit Papyrus.
- Silviani, Elok, B. (2021). *Manajemen Media Massa*. Scopindo Media Pustaka.