

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan teknologi dan informasi yang terjadi semakin pesat. Hal ini membuat masyarakat sangat terbantu dalam menjalani kehidupannya sehari-hari di berbagai aspek kehidupan, terutama dalam hal berkomunikasi dan juga mencari informasi. Dalam upaya mencari informasi, masyarakat tidak lagi terbatas pada informasi-informasi yang ada pada media massa seperti surat kabar ataupun audio visual seperti radio dan juga televisi, Melainkan dengan menggunakan media melalui jaringan internet seperti media baru.

Internet atau *Interconnection-networking* secara harfiah memiliki arti “jaringan antarkoneksi”. Selain itu, internet juga dipahami sebagai keterhubungan antara satu sistem jaringan dengan sistem jaringan lainnya yang ada pada komputer. Sehingga dengan adanya jaringan yang saling terkoneksi, segala sesuatu yang terdapat di satu komputer bisa diakses oleh siapapun melalui perangkat komputer lainnya¹

Internet merupakan teknologi sekaligus infrastruktur dasar bagi segala bentuk komunikasi digital jarak jauh. Selain itu, internet dilihat sebagai literatur

¹ Asep Syamsul. *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia. 2018. Hal.16.

dan sumber data yang memiliki tingkat aktualitas, ukuran data, serta tingkat akses yang tinggi.²

Dengan adanya internet memungkinkan setiap orang dimudahkan dalam mengaktualisasi diri, memperoleh informasi, juga menyesuaikan informasi guna kepentingan atau kebutuhannya masing-masing. Era digitalisasi dimana penggunaan internet sebagai sumber informasi yang tak lepas dari kehidupan sehari-hari memberikan pengaruh yang besar dalam berbagai aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam dunia pendidikan.

Di dalam dunia pendidikan, internet digunakan sebagai salah satu sumber informasi atau literatur yang bisa digunakan oleh tenaga pengajar maupun pelajar dalam berbagai tujuan. Baik untuk memperkaya ilmu pengetahuan melalui materi pelajaran dalam bentuk konten digital pada media online maupun akses hasil-hasil penelitian. Internet dianggap sebagai sarana informasi dan pembelajaran yang murah biaya dinamis dan bisa diakses oleh siapa saja dan di mana saja, tanpa harus datang ke tempat tertentu untuk belajar selama konsumen memiliki ponsel dan internet untuk mengaksesnya.³

Namun, kemudahan dalam mengakses informasi di internet ini justru membuat orang-orang menjadi malas membaca buku, terutama pelajar dan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan literatur dan materi pelajaran. Selain

² Diah Hayu Rahmitasari. *Manajemen Media Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2017. Hal.166.

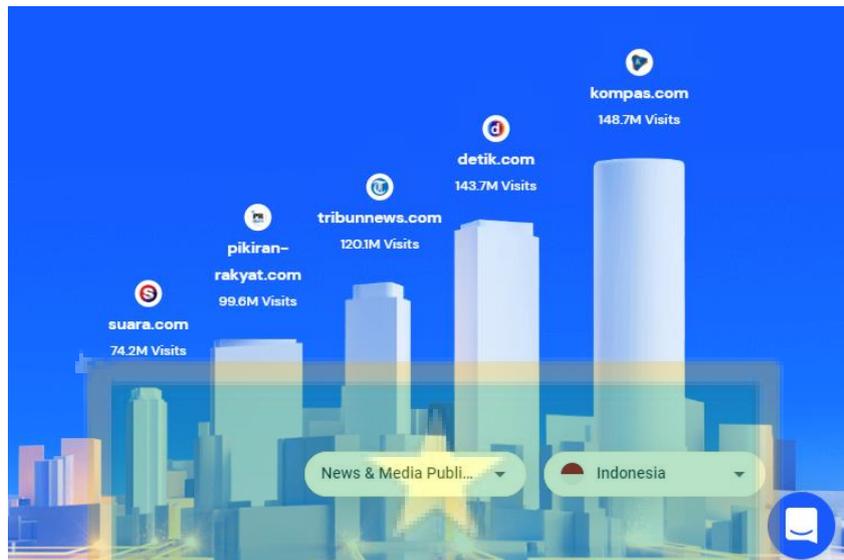
³ Djujur Luciana Radjaguguk, Hajid Arrafi. *Marketing Communication Strategy of PT Cyber Edu Inkor in Promoting Cyber Learning Programs*. International Journal of Education and Social Science: Volume 3 No 1. 2022. Hal 47.

memerlukan biaya untuk membeli atau menyewa buku, mencari buku yang relevan dengan informasi yang dicari juga membutuhkan waktu yang cukup lama. Mengingat tingginya kebutuhan mengenai literatur dan materi pelajaran dalam dunia pendidikan, hal ini menjadi peluang bagi media-media online untuk bisa menunjukkan eksistensinya di internet, juga bersaing antara media satu dan yang lainnya untuk memperoleh keuntungan.

Penggunaan internet sebagai sumber informasi dalam dunia pendidikan meningkat pesat pada saat pandemi Covid pada tahun 2019 silam. Berdasarkan hasil survey APJII pada tahun 2020, terdapat pergeseran perilaku pengguna internet sejak pandemi. Dimana mayoritas pengguna yang merupakan audiens dengan range usia 18-34 tahun mengakses internet lebih dari 8 jam dalam satu hari. Adapun mayoritas konten media online yang paling banyak diakses yaitu konten pendidikan dan laman sekolah yang disebabkan adanya pembelajaran jarak jauh atau daring⁴

Berdasarkan data yang penulis ambil dari situs similarweb.com, Kompas.com merupakan media online dengan kunjungan laman tertinggi dibandingkan media online yang lainnya. Di situs yang sama, juga tercantum bahwa mayoritas pengguna internet khususnya pada media online Kompas.com yaitu audiens dengan range usia 18 - 34 tahun dengan edukasi berbahasa Indonesia yang menjadi kategori konten yang paling banyak dicari atau dijangkau oleh audiens melalui situs media online.

⁴ https://www.kominfo.go.id/content/detail/26060/terjadi-pergeseran-penggunaan-internet-selama-masa-pandemi/0/berita_satker. Diakses pada 28 April 2022.



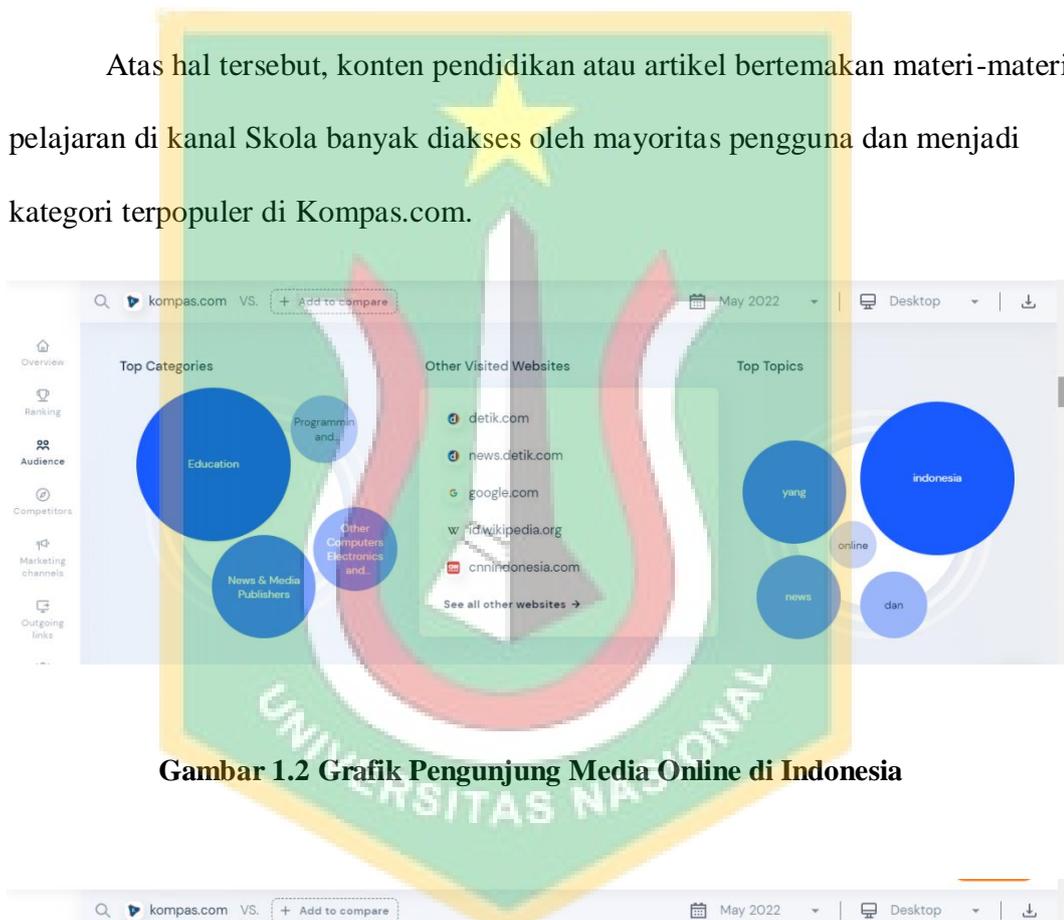
Gambar 1.1 Kompas.com Memiliki *Traffic* atau Visits Tertinggi Di Antara 5 Media Online Indonesia Lainnya

Melihat tingginya kebutuhan konten pendidikan oleh audiens yang mayoritas merupakan pelajar dan mahasiswa, hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi media-media online untuk bisa bersaing dalam menarik pembaca sekaligus memenuhi kebutuhan khalayak, salah satunya yaitu media online Kompas.com. Dalam upayanya menghadapi persaingan dengan media online lainnya, Kompas.com menyesuaikan diri dengan kebutuhan terbanyak pengguna internet dengan menciptakan produk jurnalistik berkualitas yang menjangkau mayoritas pengguna, yaitu pelajar dan mahasiswa dengan menciptakan kanal Skola.

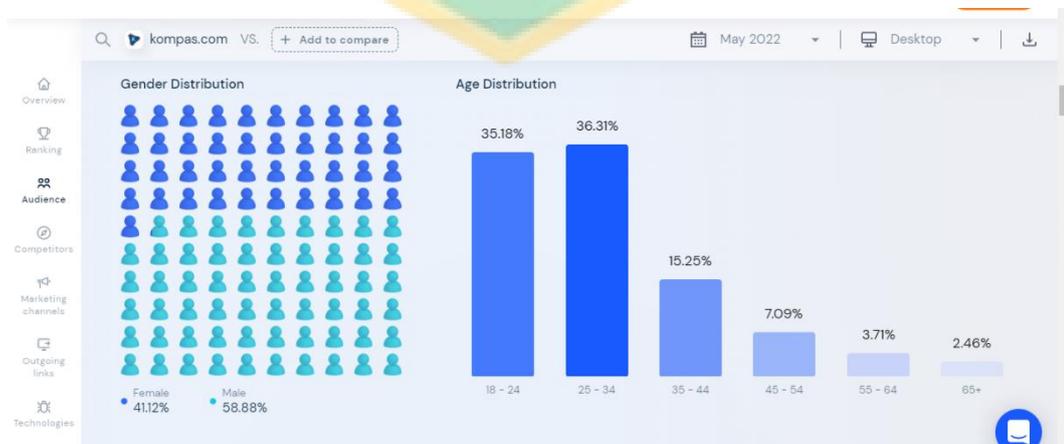
Kanal Skola pada media online Kompas.com hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait literatur materi pelajaran yang dibutuhkan oleh pelajar dan mahasiswa. Kanal Skola berisikan materi-materi pelajaran yang dikemas dalam bentuk artikel ringan dengan berbagai macam tema. Dimulai dari pelajaran SD,

SMP, SMA, hingga materi kuliah dan pengetahuan-pengetahuan umum lainnya. Kanal Skola juga mencantumkan sumber materi tersebut yang diambil dari buku, jurnal, maupun situs-situs kredibel baik dalam maupun luar negeri. Sehingga hal ini memudahkan audiens untuk mencari sumber literatur yang relevan dengan waktu yang singkat dan efisien.

Atas hal tersebut, konten pendidikan atau artikel bertemakan materi-materi pelajaran di kanal Skola banyak diakses oleh mayoritas pengguna dan menjadi kategori terpopuler di Kompas.com.



Gambar 1.2 Grafik Pengunjung Media Online di Indonesia



Gambar 1.3 Grafik Kategori Konten yang Diakses Oleh Pengunjung Media Online Kompas.com

Tentunya, ada banyak media online baik di dalam maupun luar negeri yang memproduksi artikel serupa untuk bersaing dalam memenuhi kebutuhan informasi khalayak dan memperoleh keuntungan. Yosep Adei Prasetyo selaku Ketua Dewan Pers 2016-2019, memperkirakan jumlah media online mencapai angka 43.000 (*Jurnal Dewan Pers*, November 2018). Kemudian sekitar 2000 sampai 3000 merupakan media cetak dan sisanya adalah televisi dan media radio.⁵

Besarnya jumlah media online di Indonesia membawa dampak persaingan yang ketat antara media online yang satu dengan yang lainnya. Selain bersaing untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayak, mendapatkan jumlah pengunjung situs sebagai bagian dari bisnis media juga merupakan hal lainnya yang menjadi persaingan ketat antara media online satu dengan media online yang lainnya.

Jumlah pengunjung situs atau *pageviews* menjadi persaingan antar media online untuk mendatangkan keuntungan bagi mediana terutama dalam meningkatkan *traffic website*. Hal ini karena semakin tinggi *traffic website*, maka akan meyakinkan pembaca untuk mengunjungi situs atau media online tersebut. Sehingga popularitas yang didapatkan akan semakin tinggi. Dengan begitu, media online akan mampu bersaing dengan media online yang lainnya⁶

⁵ https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media_Online_Perlu_Berbenah_Diri. Diakses pada 26 April 2022.

⁶ Memed Saputra, Ahmad Rufai. *Analisis Popularitas Website untuk Meningkatkan Business Intelligence Menggunakan Similar Web*. Seminar Nasional Teknologi dan Bisnis: Volume 1. 2018. Hal 367.

Dalam memperoleh klik atau pengunjung halaman (*page views*) untuk meningkatkan *traffic* situs media online agar tetap bisa bersaing, maka media online perlu untuk melakukan strategi. Salah satunya yaitu dengan membuat konten atau artikel yang dibutuhkan oleh khalayak. Sebuah situs dapat menggunakan artikel untuk menarik pembaca dan juga meningkatkan peringkat halaman⁷ Tentu saja, dalam memproduksi artikel yang dapat meningkatkan *pageview* diperlukan strategi yang dilakukan oleh pengelolanya. Dalam hal ini, Kompas.com menggunakan kanal Skola sebagai salah satu produk yang mampu meningkatkan *traffic* media online tersebut.

Apabila hanya target ekonomi yang menjadi alasannya, maka konten yang dibuat dan disajikan dalam media online tersebut hanya untuk mengejar jumlah pembaca atau *pageview*. Apabila hal ini nyatanya dilakukan oleh banyak media online yang ada di Indonesia, maka media online hanya akan menjadi penyebar berita dan informasi yang tidak bermutu. Sehingga dapat memunculkan spekulasi bahwa media online hanya mengejar target saja, bukan benar-benar untuk memberikan informasi. Hal ini juga dapat menimbulkan kurangnya kepercayaan masyarakat pada media online atau situs yang dikelola.

Hal tersebut juga bisa terjadi pada artikel bertemakan materi-materi pelajaran yang diproduksi oleh media online. Produk jurnalistik yang dihasilkan oleh media online memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam upaya menyampaikan

⁷ Untung, dkk. *Pemanfaatan Fungsi Etalase Artikel untuk Meningkatkan Traffic Rank Website ZPreneur*. Jurnal Teknomedia: Vol 1 No. 2 Februari 2017. Hal 77.

informasi yang dapat mencerdaskan bangsa. Oleh karena itu, kredibilitas sumber perlu diperhatikan oleh pengelola media online agar tidak terjadi kesalahan penyampaian dan pemahaman informasi oleh khalayak. Dengan konten yang berkualitas, selain bisa memenuhi kebutuhan pembaca, media online juga mampu menarik atensi pembaca untuk meningkatkan jumlah pembaca dan *traffic*.

Kualitas produk jurnalistik yang dimuat di media online pun tak lepas dari peran redaktur atau editor yang mengawasi sekaligus mengelola kanal atau media online yang berada di bawah tanggung jawabnya. Oleh karena itu, redaktur atau editor memiliki peran yang penting dalam mengatur strategi dalam pengelolaan produk jurnalistik untuk meningkatkan *traffic* media online. Meskipun pengelolaan konten dan *traffic* media online bisa dioptimalkan, terdapat hal-hal eksternal atau faktor luar yang tidak dapat dikendalikan oleh Editor itu sendiri. Hal ini berpengaruh terhadap kebijakan yang dibuat untuk mengelola konten juga posisi situs di mesin pencarian.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis merumuskan masalah yaitu **bagaimana strategi Editor kanal “Skola” dalam meningkatkan *traffic* media online Kompas.com?**

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulis dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi editor kanal “Skola” dalam meningkatkan *traffic* media online Kompas.com.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan melalui penelitian yang dilakukan, Sehingga peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian penulis.

b. Sebagai bahan pemahaman serta pembelajaran untuk penulis lain yang lebih mendalam.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat meningkatkan kinerja jurnalis pada media online Kompas.com khususnya Content Writer kanal Skola.

1.5. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian laporan tugas akhir bertujuan untuk memberikan gambaran umum dari sebuah penelitian. Penelitian dengan judul “*Strategi Editor Kanal ‘Skola’ dalam Meningkatkan Traffic Media Online Kompas.com*” memiliki enam bab, dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Berisi deskripsi umum isi tentang penelitian skripsi, yaitu:

(1) Latar belakang masalah, penelitian ini berlatar belakangkan tingginya kebutuhan internet yang mampu menunjang fasilitas sumber informasi dalma dunia pendidikan. Hal ini menjadi peluang bagi banyaknya media online yang bersaing memproduksi konten pendidikan guna memenuhi kebutuhan informasi pembaca

maupun meningkatkan *traffic* atau jumlah pembaca meningkat konten pendidikan memiliki banyak peminatnya. Karena banyaknya media online atau situs yang memproduksi konten pendidikan berupa artikel, dibutuhkan strategi agar bisa mencapai tujuan media online itu sendiri, yaitu memenuhi kebutuhan informasi pembaca, juga mendatangkan *pageviews* yang bisa meningkatkan *traffic* situs.

(2) Rumusan masalah, penelitian ini merumuskan masalah bagaimana strategi editor kanal Skola dalam meningkatkan *traffic* media Kompas.com?

(3) Tujuan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi editor kanal Skola dalam meningkatkan *traffic* media Kompas.com.

(4) Manfaat tugas akhir, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat secara teoritis maupun praktis.

(5) Sistematika penelitian, menjelaskan penjelasan keseluruhan isi skripsi secara umum.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Berisi pembahasan tentang teori penelitian, yaitu

(1) Penelitian terdahulu, penelitian ini menggunakan lima penelitian terdahulu yang secara garis besar meneliti bagaimana media online yang mereka teliti dalam mengelola konten yang dihasilkan agar bisa bersaing dengan media online lainnya, terutama dalam meningkatkan *pageviews* atau *social traffic* media sosial yang digunakan. Perbedaannya dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada konten yang digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan dalam bersaing dengan media online

yang lainnya. Jika penelitian terdahulu menggunakan berita dan sosial media sebagai strategi untuk mendatangkan pengunjung, penelitian ini berfokus pada pengelolaan konten evergreen atau artikel yang menjadi strategi untuk meningkatkan pengunjung dan *traffic* situs yang penulis teliti.

(2) Teori dan konsep, penelitian ini menggunakan teori Media Baru oleh Pierre Levy yang menjelaskan bahwa media baru merupakan perkembangan media konvensional ke era digital. Teori ini berfokus pada implikasi dari media baru terhadap dunia pendidikan, khususnya di era digitalisasi ini yang menjadikan internet sebagai salah satu penyedia sumber informasi terbesar dalam kegiatan pembelajaran seperti yang dipaparkan oleh Terry Flew. Penelitian ini juga menggunakan teori Gatekeeping oleh Kurt Lewin yang menjelaskan bahwa setiap media memiliki gatekeeper yang berperan penting untuk menentukan pesan apa yang layak untuk ditayangkan, dan pesan apa yang tidak layak untuk ditayangkan. Adapun konsep yang digunakan yaitu konsep manajemen media baru dan *Search Engine Optimization* (SEO). Konsep manajemen media baru menjelaskan bahwa terdapat hal-hal yang berpengaruh terhadap pengelolaan media yang dijalankan, baik dari segi pengelolaan konten maupun sumber daya manusia (SDM) media itu sendiri.

(3) Kerangka Pemikiran, terlampir pada bab 2.

BAB III. METODE PENELITIAN

Berisi pembahasan metode-metode penelitian yang dipakai dalam penelitian tugas akhir, yaitu:

(1) Pendekatan penelitian, metode kualitatif. Alasan penulis memilih jenis pendekatan kualitatif dikarenakan pendekatan ini dapat membantu penulis menerima data yang mendalam dan dapat menjawab secara optimal permasalahan terkait strategi editor kanal Skola dalam meningkatkan *traffic* media online Kompas.com.

(2) Jenis Penelitian, penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis deskriptif. Alasan penulis memilih jenis penelitian analisis deskriptif yaitu supaya bisa menjelaskan secara utuh mengenai bagaimana dan strategi apa yang dilakukan editor kanal Skola dalam meningkatkan *traffic* media online Kompas.com melalui proses wawancara maupun pengamatan langsung ke lapangan.

(3) Objek Penelitian, pada penelitian ini penulis menjadikan strategi Editor kanal Skola dalam meningkatkan *traffic* media online Kompas.com sebagai objek penulisan.

(4) Penentuan Informan, pada penelitian ini penulis memilih Serafica Gischa Prameswari selaku Editor kanal Skola Kompas.com sebagai Key Informan. Hal ini karena Serafica bertugas langsung dalam mengelola dan memantau kanal Skola Kompas.com serta menguasai seluruh data. Penulis juga menetapkan Informan 1 yakni Vanya Karunia Mulia Putri selaku Content Writer sekaligus Assistant Editor kanal Skola Kompas.com karena beliau memiliki tugas untuk menulis, mengedit, dan menayangkan artikel di kanal Skola, juga menetapkan Informan 2 yaitu Enjielia Julianti sebagai pembaca dari Kompas.com karena beliau secara konsisten telah membaca Kompas.com selama kurang lebih satu tahun.

(5) Teknik pengumpulan data, dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara sebagai sumber primer dan dokumentasi sebagai sumber sekunder.

(6) Teknik analisis data, dalam menganalisa hasil penelitian ini, penulis melakukan teknik analisis menggunakan model Miles dan Huberman yang terdapat beberapa proses dalam menganalisa data yang didapat. Dimulai dari pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi, mereduksi data, melakukan triangulasi data untuk validasi data supaya kredibel, menyajikan data, lalu menarik kesimpulan pada akhir proses analisis data.

(7) Lokasi dan waktu penelitian, penelitian ini dilakukan di Kantor Penjualan Solo, Jl. Kalitan No.1, Penumping, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah mulai Oktober 2022 hingga Januari 2023.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil penelitian menjelaskan mengenai jawaban pertanyaan dari rumusan masalah penelitian ini, yakni bagaimana strategi editor kanal Skola dalam meningkatkan *traffic* media online Kompas.com. Terdapat tiga strategi yang dilakukan editor kanal Skola untuk meningkatkan *traffic* Kompas.com, yaitu menerapkan SEO dalam penulisan setiap artikel di kanal Skola. Menjalin kerja sama dengan organisasi eksternal, serta membuka kesempatan magang dan freelance bagi mahasiswa. Dalam menjalankan strategi-strategi tersebut, terdapat beberapa hal yang menjadi hambatan editor kanal Skola, yaitu algoritma mesin

pencari yang terus berubah, dan referensi yang sulit ditemukan untuk pembahasan-pembahasan tertentu.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat tiga strategi yang dilakukan editor kanal Skola untuk meningkatkan *traffic* Kompas.com, yaitu menerapkan SEO dalam penulisan setiap artikel di kanal Skola.

Menjalin kerja sama dengan organisasi eksternal, serta membuka kesempatan magang dan freelance bagi mahasiswa. Dalam menjalankan strategi-strategi tersebut, terdapat beberapa hal yang menjadi hambatan editor kanal Skola, yaitu algoritma mesin pencari yang terus berubah, dan referensi yang sulit ditemukan untuk pembahasan-pembahasan tertentu.

