

Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Jumlah Viewers Media Online Sindomanado.Com

Tonny Wangania¹, Drevy Malalantang², Seprin Pareda³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata

e-mail: tonnywangania@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sindomanado.com dalam meningkatkan jumlah viewers di media online. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa catatan lapangan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang sudah dijalankan media online Sindomanado.com adalah: 1) mengenali khalayak dengan melalui kolom komentar, 2) menggunakan judul yang menarik, *straight news* dan memanfaatkan infografis, 3) memanfaatkan media sosial Facebook, Instagram dan Youtube, 4) menggunakan tata dan bahasa yang baik, tidak menyebarkan berita hoax serta memanfaatkan teknik *call to action* (CTA). Dengan demikian, strategi komunikasi yang sudah dijalankan media online Sindomanado.com efektif dalam meningkatkan jumlah pembaca (*viewers*). Hal ini dibuktikan dengan data dari website *similiarweb.com*, kenaikan jumlah *viewers* yang sebelumnya 48.8 ribu dengan urutan *ranking* ke- 1117 meningkat sebesar 76.72% menjadi 60.2 ribu dan naik menjadi urutan ke-713 dalam tiga bulan terakhir.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Media Online, Viewers

Abstract

The purpose of this study was to determine the communication strategy carried out by Sindomanado.com in increasing the number of viewers in online media. The method used in this research is the descriptive qualitative research method, namely the data collected in the form of field notes with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. From the results of this research, it is concluded that the communication strategies that have been implemented by online media Sindomanado.com are: 1) recognizing audiences through the comments column, 2) using attractive titles, straight news, and utilizing infographics, 3) utilizing social media Facebook, Instagram, and Youtube, 4) use good grammar and language, do not spread hoax news, and use the call to action (CTA). Thus, the communication strategy that has been implemented by the online media Sindomanado.com is effective in increasing the number of readers (*viewers*). This is evidenced by data from the *similiarweb.com* website, the increase in the number of viewers from 48.8 thousand with 1117th rank increased by 76.72% to 60.2 thousand and rose to 713th in the last three months.

Keywords: Communication Strategy, Online Media, Viewers

PENDAHULUAN

Media online memiliki beberapa keunggulan dalam menyampaikan informasi dibanding media lainnya. Keunggulan yang pertama, kecepatan dalam mengirim berita (aktual), media online dibandingkan media massa lainnya lebih unggul dalam mengirim informasi, kecepatan yang dimilikinya membantu pembaca mengetahui informasi lebih cepat. Kedua, berita yang disajikan oleh media online lebih singkat, padat, lugas, jelas, faktual dan aktual. Ketiga, berita

yang disajikan media online haruslah menarik, hal itu merupakan salah satu daya tarik untuk menarik pembaca pada umumnya. Setiap detik, ratusan ribu berita dikirim dari berbagai situs online, dimana internet memberikan ruang untuk berkomunikasi dan saling bertukar informasi melalui situs berita yang telah ada. Dan tentunya berita yang disajikan harus menggunakan bahasa yang sangat baik, hal ini dibutuhkan bagi beberapa situs media informasi, karena jika kata-kata yang digunakan cenderung “acak-acakan”, tidak teratur, tidak menarik, dan terlalu panjang, khalayak akan lebih memilih situs online lain dengan susunan bahasa jurnalistik yang paling baik, menarik, mudah dimengerti dan tentunya memiliki sifat informatif yang dibutuhkan pembaca sebagai sebuah situs berita. Pada saat ini perusahaan-perusahaan media yang besar di Indonesia memiliki portal pemberitaan online sendiri. Para pemilik media melihat dari kemudahandan efisiensi dari hadirnya new media melalui situs pemberitaan online. Tidak terlepas di Provinsi Sulawesi Utara, pengaruh media online di Indonesia telah merambah sampai ke daerah ini diantaranya: Beritamanado.com, Manado.tribunews.com, Manadopost.jawapos.com, Sindomanado.com dan lain sebagainya. Pemberitaan mengenai kejadian, peristiwa dan sebagainya dapat langsung dipublikasikan melalui portal pemberitaan online tersebut. Industri media harus berusaha untuk membuat strategi dan inovasi dengan harapan dapat bersaing dengan media-media lainnya. Selain itu, penting bagi media untuk meyakini diri sebagai media yang benar-benar bisa eksis serta dapat memenuhi kebutuhan masyarakat era digitalisasi ini. Melihat banyaknya situs pemberitaan online yang terus hadir belakangan ini, membuat para pemilik media pun terus bersaing dalam men yuguhkan berita atau informasi yang berkualitas. Sebelum menyebarkan informasi kepada masyarakat, seorang wartawan atau jurnalis harus mempersiapkan strategi untuk membuat konsumen menjadi nyaman membaca berita dan informasi yang ada. Para pelaku media perlu mempersiapkan berbagai macam strategi salah satunya strategi komunikasi agar dapat menarik perhatian para pembaca. Strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengaturan yang disusun agar komunikasi berjalan efektif sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan.¹ Tujuan umum dari komunikasi biasanya adalah membuat komunikasi memiliki pemikiran atau makna yang sama terhadap pesan yang disampaikan komunikator, tujuan komunikasi biasanya untuk mempengaruhi orang lain. Semakin menariknya berita yang disajikan maka akan sangat berpengaruh terhadap tingginya kerterikan para pembaca dalam membaca sebuah berita, sebaliknya jika berita yang sajikan tidak menarik maka akan membuat berkurangnya ketertarikan pembaca terhadap berita yang disajikan oleh suatu media, khususnya pada media online. Sebuah media membutuhkan strategi dalam menarik pembaca untuk mengakses dan membaca berita atau informasi yang disajikan media, seperti membranding perusahaan, mengutamakan kerjasama tim dalam proses keredaksian, menggunakan judul yang menarik pembaca, memanfaatkan promosi melalui media sosial dan lain sebagainya. Dengan begitu dapat menentukan kualitas dari suatu media terbukti dari banyaknya pembaca yang membaca berita yang disajikan. Oleh sebab itu, saya tertarik meneliti dan membahas tentang bagaimana strategi komunikasi yang akan dilakukan media online sindomanado.com agar dapat meningkatkan jumlah *viewers*. Untuk mendapat jawaban bagi permasalahan tersebut maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Jumlah *Viewers* Media Online Sindomanado.com”.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Whitney penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang mencari fakta dengan interpretasi yang tepat. Mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat,serta tata cara masyarakat, situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegaitan- kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Ciri-ciri dari penelitian deskriptif adalah titik berat pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistis setting*). Peneliti bertindak sebagai pengamat, serta hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatatnya dalam buku observasi. Penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti. Dalam menggunakan

pendekatan kualitatif ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang berlandaskan fenomenologis. Fenomenologis adalah fenomena-fenomena yang terjadi atau realita yang ditemukan di lapangan. Dengan demikian, maka penelitian ini hendak mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun pembahasan dalam bab ini, strategi komunikasi menjadi salahsatu cara manajemen media Sindomanado.com dalam menjaring pengunjung portal berita online. Strategi komunikasi dalam portal berita online bertujuan untuk memberikan kebutuhan akan informasi faktual dan aktual pada khalayak luas melalui berbagai informasi yang diberitakannya pada halaman web dan juga media sosial Sindomanado.com. Strategi komunikasi portal berita online disini menjelaskan bahwa untuk mencapai tujuan strategi komunikasi harus secara efektif dalam memahami sifat-sifat komunikasi dan pesan, guna dapat menentukan teknik komunikasi yang ditetapkan dalam menjaring pengunjung portal berita online. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Komunikasi merupakan transmisi penyampaian pesan dalam bentuk simbol atau kode dari satu pihak kepada pihak lain yang bertujuan mengubah sikap atau tindakan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjuk kan arah ssaja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi yang dimaksud adalah, bagaimana strategi perencanaan dan manajemen Sindomanado.com dalam menjaring pengunjung. Dimana saat ini banyak portal berita online yang menguasai media informasi baik dari lokal maupun nasional. Mereka banyak memberikan informasi faktual maupun aktual yang menarik pembaca untuk memilih berbagai portal berita yang akan dibaca para pengunjung. Dalam hal ini, Sindomanado.com harus memiliki strategi perencanaan maupun manajemen dalam membuat berita yang bisa menarik minat pembaca berita online. Proses komunikasi pada strategi komunikasi memiliki dua aspek yang sangat penting yaitu dimaknai secara makro dan mikro yang harus dipahami dan dipelajari dengan baik. Aspek tersebut sangat penting dalam pemaknaan pada sebuah strategi komunikasi secara praktis. Konteks penelitian ini, informasi yang di sampaikan oleh Sindomanado.com melalui media online harus bisa diartikan oleh pembaca dengan kata lain pembaca memahami berita apa yang telah dimuat. Kemudian setelah pembaca menerima dan mengerti pesan yang terkandung pada informasi yang disampaiakannya, maka pembaca dibekali informasi yang faktual setiap harinya agar terhindar dari informasi hoax. Untuk membahas bagaimana strategi komunikasi Sindomanado.com dalam meningkatkan jumlah *viewers* maka penulis menghubungkannya dengan menggunakan konsep atau perumusan strategi komunikasi yang terdiri dari pengenalan khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode, pemilihan penggunaan media dan peranan komunikator. Dengan demikian, untuk meningkatkan jumlah *viewers* dalam media online Sindoamanado.com maka dibutuhkan suatu strategi komunikasi yang akandibahas dibawah ini. Dari hasil penelitian yang diperoleh penulis mengenai pengenalan khalayak ini, Sindomanado.com memanfaatkan jejaring media social untuk memperkenalkan website kepada masyarakat dengan cara membuka ruang bagi pembaca serta berinteraksi langsung melalui komentar berupa kritik ataupun saran dari pembaca. Website berita Sindomanado.com secara intensif melakukan promosi berita-berita yang disiarkan melalui website yang kemudian diteruskan ke jejaring sosial yang dimiliki. Hal ini sangat penting dilakukan mengingat tren yang terjadi adalah bahwa masyarakat lebih menggemari membaca berita dari jejaring media sosial ketimbang langsung mengakses pada website berita tersebut. Kegiatan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak media Sindomanado.com dalam menginformasikan berita yang di muatnya melalui interaksi sosial, seperti pada kolom komentar di website dan juga melalui media sosial Instagram, Facebook, dan Youtube Informasi ini meliputi berita faktual dan actual, foto dan video peristiwa yang terjadi. Media sosial dan media online ini sangat tepat untuk dipilih karena lebih fleksibel untuk semua sasaran pada pembaca dan lebih tepatnya lagi perusahaan media Sindomanado.com ini adalah perusahaan media online untuk pemberitaan di daerah Sulawesi Utara. Disisi lain,

komunikasi antara pimpinan dan staff redaksi Sindomando.com berjalan baik dan selalu mengutamakan kerjasama tim dengan tidak memberlakukan sistem atasan dan bawahan melainkan lebih bersifat kekeluargaan agar para staff merasa nyaman dan mampu menghasilkan kinerja yang baik dalam proses sebelum dan sesudah berita tersebut sampai kepada masyarakat. Setelah tujuan telah ditetapkan, proses selanjutnya adalah menyusun pesan/berita. Pesan dan berita memiliki peranan penting dalam konteks komunikasi. Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah kode yang mencakup unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti. Selanjutnya, isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengkomunikasikan maksudnya. Kemudian, wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikasikan tertarik akan isi pesan didalamnya.

- 1) Menggunakan Judul Yang Menarik. Judul adalah bagian terpenting pada sebuah berita karena sebagai gagasan atau ide dari sebuah berita. Pada dasarnya, penulisan tema di media online dan media cetak itu sama saja yakni harus bisa membuat pembaca penasaran pada isi berita, harus menarik dan ringkas agar dapat menimbulkan keinginan pembaca untuk membaca berita itu. Dari hasil wawancara dan temuan penulis dalam strategi komunikasi, judul berita Sindomando.com dibuat secara singkat, jelas dan padat, menarik, dan sesuai dengan data fakta yang ada di masyarakat serta sesuai dengan isi berita serta tidak mengandung *clickbait*. Istilah *clickbait* atau tautan jebakan diartikan sebagai judul konten yang dibuat sedemikian rupa guna menarik perhatian pembaca. Namun, isi kontennya biasa saja dan terkadang tidak relevan dengan judulnya.
- 2) Menggunakan Berita Langsung (*Straight News*) Berita langsung atau dalam istilah jurnalisme lebih dikenal dengan *straight news* juga merupakan salah satu unsur berita yang ada pada website berita sindomando.com. *Straight news* adalah berita yang ditulis secara ringkas, lugas, dan apa adanya. *Straight news* biasanya memuat informasi terkini tentang peristiwa yang sedang hangat, aktual, dan penting dengan gaya penulisan menggunakan struktur piramida terbalik. Berita model ini pada website berita sindomando.com menggunakan gaya bahasa *to the point* alias lugas dan langsung ke pokok berita, inti berita ditulis pada alinea pertama dan diakhiri dengan informasi yang tidak terlalu penting disertai 5W+1H.
- 3) Menggunakan Infografis. Infografis merupakan suatu bentuk penyajian data atau informasi dengan konsep visual yang terdiri dari teks, grafik, typografi dan gambar ilustrasi. Selain menyajikan berita dalam bentuk tulisan atau teks saja, Sindomando.com selalu menghadirkan berita dalam bentuk infografis agar lebih mudah dipahami dan dapat mengurangi kebosanan pembaca dengan tampilan visual yang simpel dan menarik. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, Sindomando.com memanfaatkan tiga media sosial sebagai wadah dalam penyebaran berita dan memiliki tiga akun yaitu Facebook, Instagram dan Youtube dan strateginya yaitu: Facebook merupakan media sosial yang paling besar dan banyak digunakan banyak orang, tidak heran sebagai media untuk saling berbagi momen dan informasi. Halaman resmi Sindomando.com memiliki sebanyak 10.000 pengikut. Sehingga tidak heran jika Sindo selalu aktif dalam mengshare link berita berupa tulisan maupun video serta aktif menjalani komunikasi dengan para pembaca melalui kolom komentar. Proses penyebaran berita dan informasi melalui postingan dan *story* dikelola oleh bagian admin Sindomando.com. Akun Instagram Sindomando.com memiliki jumlah pengikut sebanyak 1.890 pengguna dan jumlah postingan sebesar 1.258 per hari. Selain menyampaikan informasi dan berita lewat link yang ada, Sindomando.com juga memanfaatkan fitur *IGTV dan Reels* dalam penyebaran berita melalui video yang berdurasi kurang dari 10 menit, suatu informasi dapat dikemas dengan padat sehingga penonton tidak membutuhkan waktu yang banyak untuk menangkap satu informasi. Serta pemanfaatan fitur *story* dalam penyebaran berita yang dikemas menggunakan template dan *design* yang menarik. Akun instagram Sindomando.com dikelola menjadi akun bisnis agar setiap postingan yang diupload lebih mudah sampai kepada pengguna lain sehingga akun lebih cepat dikenal serta dapat menentukan kapan waktu terbaik untuk posting. Youtube berbeda dengan Facebook dan Instagram, konten berita yang disajikan channel Sindomando.com

berupa video jurnalis, konten unggulan yang seringkali di upload di channel ini berupa video kuliner yaitu sebuah program “Tambah Imun” dimana menampilkan info untuk memperkenalkan seputar beragam makanan dan minuman yang ada di berbagai hotel dan restoran yang ada di Sulawesi Utara. Adapula, video liputan khusus peristiwa atau kejadian yang langsung diliput oleh wartawan lapangan. Channel youtube Sindomanado.com memiliki 374 *subscriber* akun dengan total penonton sebanyak 14.768 *views*. Komunikasi yang dijalani saat ini yaitu melalui media sosial dan penting bagi Sindomanado.com be nar-benar harus tahu cara menguasai khalayak secara daring dan strategi yang dilakukan yaitu: 1) Menggunakan Kata & Tata Bahasa Yang Baik dalam menyebarkan berita di media sosial, Sindomanado.com selalu menggunakan ejaan yang tepat, bahasa yang jelas, logis dan mudah di mengerti serta selalu menggunakan kalimat yang efektif sesuai dengan informasi yang disajikan. Hal ini supaya mempermudah masyarakat dapat memahami isi pesan yang diberikan dan mempermudah dalam berkomunikasi. 2) Tidak Menyebarkan Berita Hoax dan Informatif Sindomanado.com selalu memprioritaskan berita yang berimbang dengan mengedepankan fakta dengan selalu memeriksa kembali kebenaran informasi sebelum disebarkan sertaselalu menghindari adanya isu atau konten yang mengandung SARA dan pornografi maupu selalu berhati-hati dalam menggunggah atau menyebarkan foto kekerasan, kecelakaan dan sejenisnya. Hal ini dapat memberikan kepercayaan dankenyamanan bagi pembaca sehingga memilih Sindomanado.om sebagai sumber informasi. 3) Memanfaatkan *Call To Action* (CTA). CTA adalah istilah dalam strategi digital marketing yang berupa ajakan untuk pengguna tertarik melakukan sesuatu. Dalam berkomunikasi melalui media sosial, Sindomanado.com sangat memperhatikan penggunaan CTA untuk meyakinkan pengguna dapat mengklik berita melalui link yang tersedia sekaligus sebagai kesempatan untuk mendapatkan jumlah *viewer* dalam berita. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, berikut ini merupakan apa saja yang menjadi peluang Sindomanado.com dalam meningkatkan jumlah *viewers*: 1) Kecepatan Informasi, Suatu kejadian dapat diunggah secara langsung dalam hitungan detik atau menit. Berita dapat segera dipublikasi dalam bentuk tulisan atau video yang telah dikumpulkan wartawan / koresponden di lapangan yang sebelumnya sudah disetujui oleh bagian redaksi untuk segera disebarkan kepada masyarakat. Tidak seperti media cetak yang membutuhkan waktu lebih lama untuk diterbitkan. 2). Informasi Dapat Di-*Update*, Penyampaian informasi di media online dapat dilakukan secara *realtime* dan terus-menerus. Perubahan atau pembaruan terkait dengan informasi lama dapat dilakukan. Proses pembaruan ini data dilakukan secara *real time* sesuai dengan peristiwa yang sedang berlangsung. 3) Dapat Berinteraksi Dengan Pengguna, Kelebihan dari media online memiliki fungsi interaktif yang tidak dimiliki media konvensional. Media Online menawarkan email, obrolan jejak pendapat, komentar, dll. Yang berfungsi sebagai peluang untuk beinteraksi dengan pembaca secara daring. Hal ini juga sangat membantu Sindomanado.com untuk lebih dekat dengan pembaca ditengah masa pandemi dalam dua tahun terakhir ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, berikut ini juga beberapa hambatan atau tantangan yang ditemui dan dihadapi Sindomanado.com dalam meningkatkan jumlah *viewers* media online: 1). Jumlah Visitor Naik-Turun

Tabel . Jumlah Visitor Sindomanado.com



Keterangan:

- Jumlah visitor dari bulan februari ke bulan maret menurun.
- Jumlah visitor dari bulan maret ke bulan april meningkat.

a). Alasan Mengapa Jumlah Visitor Bulan Maret Menurun. Dalam meningkatkan jumlah *viewers* media online salah satu cara yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk *share* berita / informasi kepada masyarakat karena media sosial merupakan salah satu penyumbang jumlah *viewers/visitor* pada portal berita online karena penggunaannya yang semakin banyak. Namun berdasarkan temuan yang didapat oleh peneliti, salah satu media sosial Sindomanado.com yaitu pada akun Facebook di bulan maret terpantau sepi dan hanya ada satu postingan berita yang di *share* pada tanggal 28 yaitu *link channel* Youtube tentang video liputan kuliner dan tidak ada postingan berita lainnya. Berbeda dengan akun Instagram Sindomanado.com yang sering update berita/informasi terbaru meskipun dengan jumlah follower / pengikut yang jauh lebih sedikit sehingga hanya dapat menyumbang beberapa *viewers* berita, dibanding dengan jumlah pengikut di akun Facebook lebih banyak namun jarang sekali upload berita terbaru. Sehingga, ini menjadi salah satu faktor mengapa menurunnya jumlah visitor di bulan maret karena kurangnya promosi berita melalui media sosial khususnya pada akun Facebook. b). Alasan Mengapa Jumlah Visitor Bulan April Meningkat Sindomanado.com terpantau mulai aktif kembali memposting dan *share* berita melalui media sosial Facebook dan Instagram pada bulan aprilserta didukung dengan satu berita yang hanya diposting langsung oleh Sindomanado.com yaitu berita mengenai Balit Palma meluncurkan aplikasi “Teman Palma” untuk tingkatkan pelayanan publik, hal ini sangat mengundang banyak *viewers* karena berita tersebut tidak dapat ditemukan di platform berita online lainnya. 2).Koneksi Internet, Sindomanado.com adalah platform berita online yang menjangkau seluruh masyarakat yang ada di Sulawesi Utara dengan menghadirkan segala informasi yang ada dari kabupaten/kota sampai pada pelosok daerah kepulauan. Namun, seringkali proses pengiriman serta publikasi berita dari daerah tersebut terhambat karena akses internet yang terbatas sehingga ada berita-berita tertentu yang terlambat dipublikasikan kepada masyarakat. 3). Server Error, Gangguan pada website memang sering menjadi karena server terus berkerja selama 24 jam dan selalu diakses setiap saat. Untuk mencegah hal ini Sindomanado.com selalu melakukan pengecekan dan pengelolaan data yang baik agar website dapat diakses dan berita dapat sampai kepada masyarakat. 4). Masyarakat Gaptek, Saat ini teknologi sudah berkembang pesat dan mau tidak mau masyarakat harus beradaptasi dengan perkembangan zaman. Hal yang paling sederhana adalah bagi para usia lanjut penggunaansmartphone yang belum bisa atau bahan tidak mengetahui kegunaan dan cara penggunaannya. Sehingga masih ada yang memilih membaca Koran daripada mengakses berita melalui mediaonline.

SIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan di atas, strategi Sindomanado.com dalam meningkatkan jumlah *viewers* media online dapat disimpulkan bahwa: Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi yang diterapkan Sindomanado.com berkaitan dengan pengenalan sasaran komunikasi; penyampaian pesan; pemilihan media komunikasi; dan peranan komunikator. Terkait dengan pengenalan khalayak, Sindomanado.com lebih mendekati diri dengan pembaca melalui kolom komentar. Mengenai penyajian pesan dalam penyebaran berita Sindomanado.com menggunakan judul yang menarik, *straight news* dan memanfaatkan infografis.Sedangkan untuk pemilihan media yang digunakan dalam meningkatkan jumlah *viewers* memanfaatkan medi sosial seperti Facebook, Instagram dan Youtube. Sementara terkait dengan peranan komunikator dapat dilihat dengan cara menggunakan tata dan bahasa yang baik, tidak menyebarkan berita hoax namun informative serta memanfaatkan *call to action* (CTA) pada saat penyebaran informasi melalui media sosial kepada khalayak. Ada beberapa faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jumlah *viewers* media online Sindomanado.com. Faktor pendukung tidak lain berasal dari kemajuan teknologi seperti kecepatan informasi, informasi dapat di-*update*, dapat

berinteraksi dengan pengguna secara daring. Sementara untuk faktor penghambat yaitu kurangnya promosi di media sosial khusus berita yang ada di bulan Maret serta ada juga karena koneksi internet yang terbatas serta masih kurangnya pengetahuan/pemahaman masyarakat akan kemajuan teknologi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang sudah dijalankan media online Sindomanado.com efektif dalam meningkatkan perolehan jumlah pembaca (*viewers*). Hal ini dibuktikan dengan data dari tiga jumlah post views berita terbanyak yang ada di bulan Februari sampai bulan April yang sebelumnya hanya mencapai ratusan *viewers* kini menjadi ribuan *viewers* dalam tiga bulan terakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Arifin. 1984. Strategi Komunikasi. Armico. Bandung.
- Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Kencana Prenada Media. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Rajawali Pers. Jakarta.
- David, Fred. 2002. Manajemen Strategi Konsep. Prehalindo Jakarta.
- Effendy Uchajana, Onong. 2017. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. PT RemajaRosdakarya Bandung.
- Koentjaraningrat. 1989. Metode-metode Penelitian Masyarakat.. Penerbit PT Gramedia. Jakarta.
- Moleong, J, L. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Morissan. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Kencana Jakarta.
- Murtopo, Ali. 1978. Strategi Kebudayaan, *Centre for Strategic and International Studies*-CSIS, Jakarta.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Nazir. 2011. Metode Penelitian. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Prihartono, Anton. 2016. Surat Kabar dan Konvergensi Media: Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos, Channel 4, no. 1.
- Rahmat, H. 2014. Manajemen Strategik. CV Pustaka Setia. Bandung.
- Riduwan. 2007. Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Alfabeta. Bandung.
- Roudhonah. 2007. Ilmu Komunikasi. UIN Jakarta Press. Jakarta
- Satori, Djam'an. Komariah, Aan, 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Alfabeth. Bandung.
- Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sutopo, HB, 2006. Metode Penelitian Kualitatif. UNS. Surakarta.
- Syamsul, Asep M. Romli. 2012. Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online. Nuansa Cendekia. Bandung.
- Winardu, J. 2003. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Kencana. Jakarta.
- Yunus, Syarifudin. 2015. Jurnalistik Terapan. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sumber Skripsi (E-book):
- Anisrullah. 2018. "Strategi Komunikasi PT. Aceh Media Grafika Dalam Menjalankan Bisnis Media Massa" (Skripsi S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi) UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5320/1/Anisrullah.pdf> (diakses pada 22 Agustus 2021).
- Aulia, Affandi, Ahmad. 2017. "Strategi Komunikasi Portal Berita Antarasumber.com Sebagai Sumber Informasi Bagi Masyarakat" (Skripsi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi) Universitas Andalas Padang.
<https://www.onesearch.id/Record/IOS3153.31912/TOC> (diakses pada 26 Agustus 2021).
- Desianti, Leli. 2016. "Strategi Komunikasi Wolipop.com Dalam Menjaring Pengunjung Portal Berita Online" (Skripsi Program S1 Fakultas Ilmu

- Komunikasi) Universitas BSI Bandung.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jka/article/view/1307>(diakses pada 10 Mei 2021).
- Elrani, Nadia. 2019. "Strategi Penyebaran Berita Viral Untuk Meraih Banyak *Viewers* pada *Website* www.manaberita.com" (Skripsi Program S1 Fakultas Ilmu Sosial) UIN Raden Fatah Palembang.
<https://eprints.radenfatah.ac.id/3497/1/NADIA%20> (diakses pada 9 Mei 2021).
- Maulana, Putri. 2019. "Media Dalam Tantangan Industri 4.0: Analisis Penerapan Sistem Pada Perusahaan Media Tempo" (Skripsi S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) Universitas Teuku Umar. Aceh.
<http://jurnal.ac.id> (diakses pada 9 Mei 2021).
- Mutmainnah, Syahrina. 2016. "Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.com" (Skripsi Program S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi) UIN Alauddin. Makassar.
<https://core.c.uk/download/pdf/198219662.pdf> (diakses pada 23 Agustus 2021).
- Sumber Internet:
- Dave Davies. 2018. *SEO for Google In Fire "Easy" Steps*. Diakses 15 September 2021 <http://www.beanstalk-inc.com>
- Similarweb. 2014. *Data Analyze Websites*. Diakses 3 Juli 2021 <https://www.similiarweb.com/siteinfo/sindomanado.com>
- Sumber Wawancara:
- Rahim, Claudia, Direktur Sindomanado.com, 2021. Hasil Wawancara Pribadi: 7 April 2021, Kantor Redaksi Sindomanado.com.
- Tololiu, Rivco, Pemimpin Redaksi Sindomanado.com, 2021. Hasil Wawancara Pribadi: 21 April 2022, Kantor Redaksi Sindomanado.com.
- Makasihi, Ivanly, Mahasiswa, 2021. Hasil Wawancara Pribadi: 27 April 2022, *Canteen Foodie* Sindomanado.com.