

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Hadirnya teknologi digital dan internet merupakan salah satu determinan penting dalam memunculkan perangkat multimedia, contohnya seperti media cetak yang saat ini memiliki versi digital (*online*). Salah satu media cetak lokal yaitu Tribun Jogja yang telah memiliki versi digitalnya. Hal ini berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan arus informasi dan model komunikasi, baik dari segi produksi, distribusi maupun konsumsinya. Pola *one way communication* yang merupakan ciri media konvensional akhirnya terus bertransformasi menjadi *two way communication* dan pada gilirannya mengarah pada bentuk interaktivitas komunikasi (*interactivity communication*) (Khadziq, 2016:6)

Kebutuhan terhadap interaktivitas komunikasi yang memungkinkan orang untuk berbagi sesuatu tanpa karakteristik delay, inilah yang menjadi titik lemah teknologi konvensional dan sebaliknya menjadi salah satu dasar berkembangnya tren konvergensi. Konvergensi media membuat khalayak memiliki lebih banyak pilihan media dengan konten yang semakin beragam pula (Wilkinson 2011:82)

Jumlah pengguna komputer dan gadget untuk mengakses internet juga semakin bertambah seiring dengan kemudahan untuk mengaksesnya. Dengan begitu, waktu yang digunakan untuk menonton televisi atau membaca koran dan

majalah otomatis menjadi berkurang. Dengan perkembangan teknologi ini, masyarakat sudah mulai beralih media.

Konvergensi perusahaan media juga melahirkan grup media, yang dapat memanfaatkan materi berita yang sama untuk disebar ke berbagai jenis media yang berbeda di bawah naungannya. Bayangkanlah, sebuah grup perusahaan media yang membawahi produk media surat kabar, majalah, radio, televisi, dan situs internet.

Karena pertimbangan efisiensi dan sinergi, tentu akan sangat mengurangi biaya operasi dan meningkatkan keuntungan, jika item berita karya seorang jurnalis di satu media bisa dimanfaatkan pula di media-media lain dalam satu grup media yang sama. Hal semacam ini sudah lama dilakukan di jaringan surat kabar di bawah Grup Jawa Pos (Arismunandar, 2017:39)

Sedikitnya ada tiga strategi ideal yang harus dijalankan pada sebuah media, yaitu strategi pemasaran, strategi periklanan, dan strategi media A Shimp (2013:5) Setelah strategi itu disinergikan dengan baik, maka terbentuklah media yang dapat mempertahankan eksistensinya, begitupun dalam perspektif media online. Pertumbuhan yang cepat di web mengalihkan sebagian besar aspek lain dari sejarah media dan membuatnya sulit untuk melihat signifikasinya dalam perpektif sebenarnya (Briggs, 2016:281)

Pada era globalisasi ini, hampir semua aspek kehidupan tidak lepas dari peranan internet untuk menyampaikan ribuan bahkan jutaan informasi dari manapun yang dapat di akses dengan cepat tanpa harus menyita banyak waktu. Tidak sedikit kasus mengenai adanya perusahaan-perusahaan yang gulung tikar

karena tidak sanggup bersaing dengan kompetitor yang secara intensif menggunakan kemampuan teknologi informasi untuk memenangkan persaingan. Maju mundurnya sebuah perusahaan komunikasi online sangat ditentukan oleh pengelolaan manajemen yang berlangsung didalamnya.

Manajemen dalam hal ini dapat memberikan solusi dalam mengelola suatu perusahaan atau organisasi. Menurut George R Terry, manajemen terbagi atas empat bagian, yaitu: *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling* George R Terry (2009:9) Keempat hal tersebut merupakan sekelompok kegiatan yang satu sama lain terdapat hubungan erat dan sebagai sarana untuk mencapai tujuan organisasi.

Media online ayobandung.com ini merupakan perusahaan komunikasi online lokal Bandung, maksudnya dalam menerbitkan berita, ayobandung.com selalu update terhadap berita-berita lokal Bandung maupun diluar Bandung. Terbukti media online ayobandung.com dapat memengaruhi khalayak dan ini cukup sukses meramaikan jagat media massa khususnya lokal Bandung. Bahkan, tidak hanya lokal di Bandung saja, ayobandung.com telah merambah ke luar kota dan provinsi.

Untuk pembaca saat ini ayobandung.com sendiri terbilang besar ada 30.000 per hari untuk pembaca ayobandung.com, dan pembaca ayobandung.com di dominasi kalangan usia produktif 25-40 sebanyak 65%, sisanya kalangan lain. Adapun jumlah pembaca didominasi laki-laki 60% dan 40% perempuan.

Sedangkan ayobandung.com merupakan media online yang sudah terverifikasi dan administrasi di *dewanpers.or.id* tepatnya berada di Jalan Sekar Tonggeret, Kecamatan Turangga, Kota Bandung.

Maka disinilah ketertarikan pada media online ayobandung.com mengenai tantangan yang dihadapi ayobandung.com dalam menghadapi persaingan industri media di Indonesia saat ini. Ayobandung.com sampai saat ini masih mempertahankan eksistensinya dalam memuat berita-berita di Indonesia khususnya lokal Bandung dan Jawa Barat yang dihubungkan secara menarik dan mempunyai ciri tertentu yang tidak ada dalam media online yang lain.

Terdapat perbedaan gaya dibandingkan media online yang lain. Sentuhan bisnis dan indenpedensi ayobandung.com menjadi lebih kuat. Oleh karena itu, secara bisnis media online ini terus berkembang. Ayobandung.com menjadi lebih profesional dan matang di area Bandung Jawa Barat sebagai media online lokal.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah ini dimaksudkan agar penelitian tidak melebar permasalahannya, sehingga mudah untuk memahami hasil penelitian. Sebagaimana gambaran latar belakang di atas dapat terlihat bahwa manajemen redaksi media *online ayobandung.com* mendapatkan beberapa persaingan. Maka dari itu, penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis dan diagnosis yang dilakukan ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media?

2. Bagaimana pilihan-pilihan yang dilakukan ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media?
3. Bagaimana pelaksanaan yang dilakukan ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media?
4. Bagaimana evaluasi ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui analisis dan diagnosis yang dilakukan ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media.
2. Untuk mengetahui pilihan-pilihan yang dilakukan ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media.
4. Untuk mengetahui evaluasi ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan Penelitian ini terbagi dua, yakni kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Kedua kegunaan tersebut diantaranya:

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi teori-teori yang berhubungan dengan kegiatan jurnalistik media online. Penelitian

ini juga dapat dijadikan referensi yang berkaitan dengan strategi manajemen redaksi media online.

## **2. Kegunaan Praktis**

Mengatahui bagaimana strategi manajemen redaksi media online ayobandung.com dalam menghadapi persaingan industri media. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi yang berguna bagi masyarakat tentang pentingnya keberadaan media online.

### **E. Tinjauan Terdahulu**

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Nyoman Kutha Ratna (2012:36), memiliki tiga pengertian yang berbeda. Kajian pustaka adalah seluruh bahan bacaan yang mungkin pernah dibaca dan dianalisis, baik yang sudah dipublikasikan maupun sebagai koleksi pribadi. Kajian pustaka sering dikaitkan dengan kerangka teori atau landasan teori. Kajian pustaka adalah bahan-bahan bacaan yang secara khusus berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dikaji. Kajian ini dilakukan dengan tujuan menghindari terjadinya pengulangan, peniruan, plagiat, termasuk suplagiat. (Eurika, 2015:90)

Ina Salmah (2010) melakukan penelitian dengan judul Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi Pada Republika Online. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui penerapan fungsi manajemen redaksi Republika Online. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen mencakup perencanaan, pengorganisasian,

kompensasi, integritas dan pemeliharaan orang-orang. Persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini adalah terletak pada metode penelitiannya yang menggunakan studi kualitatif, sama-sama membawa media online dan sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya dan subjek yang membahas medianya.

Reni Nuraini Putri Habibi (2010) penelitian dengan judul Manajemen Redaksi Harian Republika dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Cetak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana sistem manajemen harian republika sebagai media cetak dan untuk mengetahui cara harian republika dalam menghadapi persaingan industri media. Metode yang digunakan adalah studi kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen disini merupakan lembaga atau organisasi yang pada umumnya berkaitan dengan usaha mengembangkan suatu tim kerja sama atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu dalam organisasi yang ditetapkan sebelumnya. Perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitiannya yang menggunakan studi kualitatif, sedangkan perbedaannya pada objek yang akan diteliti dan subjek yang akan diteliti.

Nenden Jahrotul Jannah (2017) penelitian dengan judul Strategi Manajemen Media Mangle Studi Deskriptif Pada Majalah Mangle dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Majalah Bahasa Sunda. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi manajemen bidang redaksi Mangle dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa Sunda. Untuk mengetahui strategi manajemen bagian iklan Mangle dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa Sunda. Untuk mengetahui strategi manajemen bagian

percetakan dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa Sunda. Dan untuk mengetahui strategi manajemen bidang pemasaran dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa Sunda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tipe-tipenya yaitu: strategi manajemen, dan strategi investasi.





Tabel 1. Tinjauan Penelitian Sejenis

Nama/ Universitas	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi (Persamaan dan Perbedaan)
Ina Salmah Febriani/ Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik 2010, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif	Analisis Deskriptif Manajemen Rekasi Pada <i>Republika Online.</i>	Untuk mengetahui penerapan fungsi manajemen redaksi <i>Republika Online.</i>	Studi kualitatif deskriptif	Berdasarkan aspek pemahaman, bahwa manajemen mencakup perencanaan, pengorganisasian, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang	Persamaannya terletak pada metode penelitiannya yang menggunakan studi kualitatif, sama-sama membawa media <i>online.</i> Perbedaannya

Hidayatullah Jakarta.				dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat.	terletak pada objek penelitiannya dan subjek yang membahas medianya.
Reni Nuraini Putri Habibi, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Kosentrasi Jurnalistik, 2010. Universitas Islam Negeri Syarif	Manajemen Redaksi Harian Republika dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Cetak	Untuk mengetahui bagaimana sistem manajemen harian Republika sebagai media cetak dan untuk mengetahui cara harian republika dalam menghadapi	Studi kualitatif deskriptif.	Berdasarkan aspek pemahaman, manajemen disini merupakan lembaga atau organisasi yang pada umumnya berkaitan dengan	Persamaannya terletak pada metode penelitiannya yang menggunakan studi kualitatif, dan perbedaannya objek yang akan

<p>Hidayatullah Jakarta</p>		<p>persaingan industri media.</p>		<p>usaha mengembangkan suatu tim kerja sama atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu dalam organisasi yang ditetapkan sebelumnya.</p>	<p>diteliti dan subjek yang akan diteliti.</p>
<p>Nenden Jahrotul Jannah, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi</p>	<p>Strategi Manajemen Media Mangle (Studi Deskriptif pada</p>	<p>Untuk mengetahui strategi manajemen bidang redaksi Mangle dalam</p>	<p>Studi kualitatif deskriptif</p>	<p>Berdasarkan aspek pemahaman, dalam penelitian ini merupakan suatu</p>	<p>Persamaannya terletak pada metode penelitiannya yang</p>

<p>Jurnalistik 2017, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.</p>	<p>Majalah Mangle dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Majalah Bahasa Sunda.</p>	<p>mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa Sunda.</p>		<p>penelitian yang arahnya mengarah kepada masalah majalah Mangle itu sendiri.</p>	<p>menggunakan studi kualitatif deskriptif, sedangkan perbedaannya adalah disini objeknya menggunakan majalah.</p>
--	--	--	--	--	--

Ketiga hasil penelitian tersebut menjadi referensi dan gambaran bagi peneliti dalam menganalisis hal yang serupa dengan penelitian diatas. Dari beberapa contoh diatas dapat dirangkum dan diketahui metode, teori, dan hasil penelitian yang dapat menjadi gambaran dalam penyusunan skripsi ini sesuai dengan bahan dan hasil penelitian di lapangan.

Beberapa kajian pustaka diatas terdapat persamaan dan perbedaan dengan judul penelitian yang penulis angkat. Mengenai persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang telah dikaji oleh orang lain, terletak pada pembahasan mengenai manajemen media onlinennya. Sedangkan perbedaannya terlihat dari judul yang menekankan pada beberapa aspek yang berbeda antara judul yang penulis teliti dengan beberapa kajian yang telah ditulis oleh orang lain, serta metode dan isinya pun dapat dipastikan berbeda.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Teori yang penulis gunakan dalam penelitian mengenai “*Manajemen Strategis Redaksi Media Online ayobandung.com Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media*” yaitu teori Manajemen Strategik oleh Glueck Wiliam F, dan Jauch Lawrence R. Dalam teorinya menyatakan bahwa manajemen strategik adalah.

*“A Strategi is a unifiield, comprehensive, and integrate plan that relates the strategic advantages of the firm to the challanges of the environment and that is a dsigned to ensure that the basic objetives of the enterprise are achieved through proper excution by the organization”*

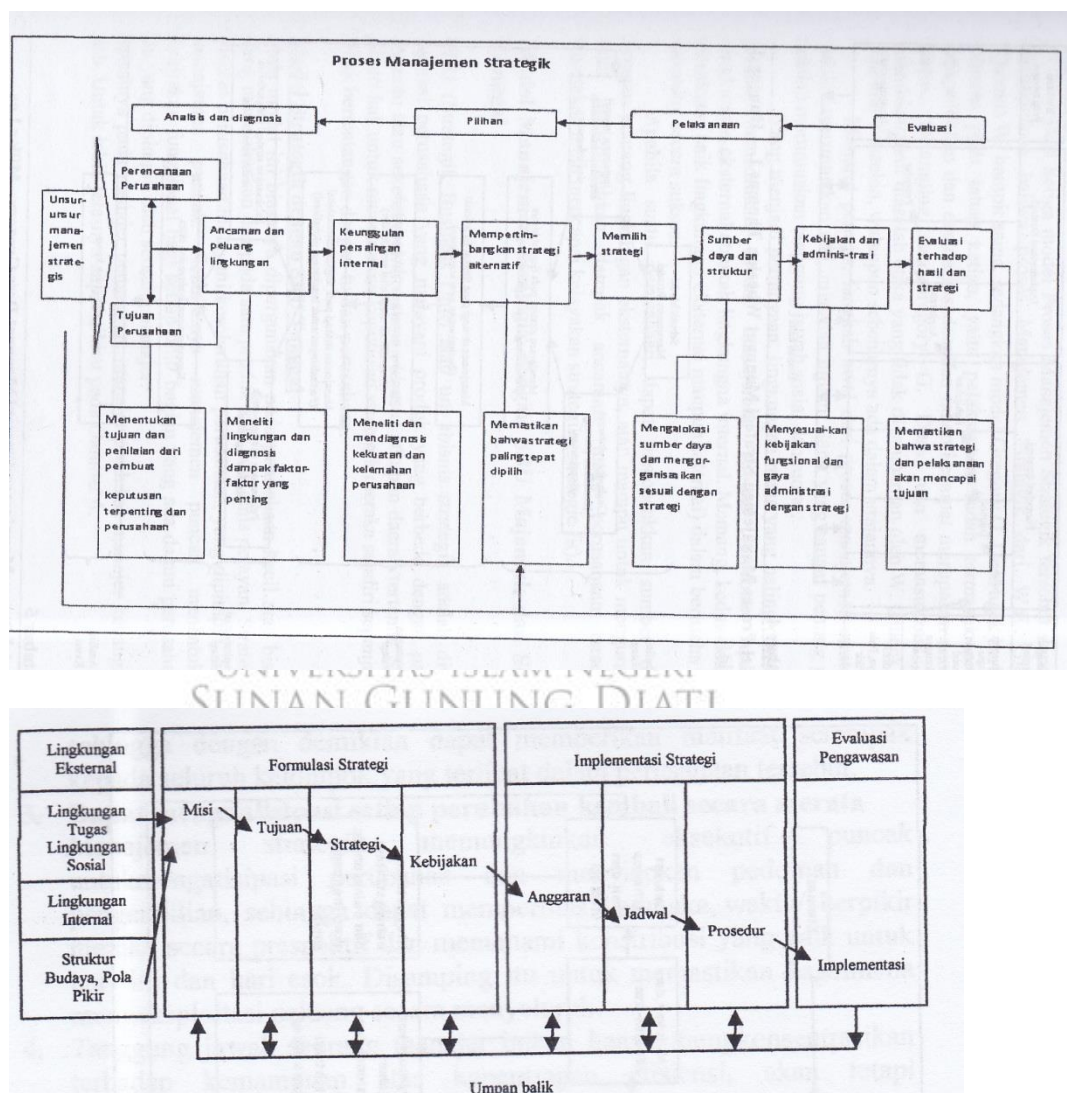
*Sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegritasi, yang menghubungkan keunggulan strategik perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.*

Dari pengertian tersebut, dapatlah disimpulkan bahwa strategik perusahaan adalah kesatuan, rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan (Saladin, 2011:38)

**Gambar 1. Proses Manajemen Strategik**

**Sumber: Glueck William F/ Jauch Lawrence R dalam Saladin, D**

**(2004:7)**



Proses manajemen strategik pada gambar 1 sumber dalam Djaslim (2011:7) menjelaskan bahwa proses manajemen strategik dari Glueck Wiliam F dan Jauch

Lawrence R, dimulai dengan analisis dan diagnosis untuk merumuskan/ merencanakan strategi dan menentukan tujuan perusahaan. Analisis dan diagnosis SWOT ini terdiri dari lingkungan internal, yaitu kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Untuk merumuskan suatu strategik perusahaan seorang manajer harus mengetahui kemampuan, keterbatasan dalam memilih strategik perusahaan. Suatu organisasi/ perusahaan mempunyai kekuatan dan kelemahan internal, hal ini perlu diantisipasi oleh seorang manajer.

Proses tahap kedua adalah menentukan beberapa alternatif strategik guna memilih strategik yang handal, yang disesuaikan dengan peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Proses ketiga adalah bagaimana mengimplementasikan strategik yang telah dipilih. Agar strategik tersebut berjalan dengan baik, perlu membangun struktur untuk mendukung strategik itu dan mengembangkan rencana serta kebijakan yang tepat.

Proses keempat adalah melakukan umpan balik (*feed back*), apakah strategik berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, seberapa jauh pelaksanaan strategik itu mencapai tujuan. Jadi, evaluasi dilakukan untuk memastikan apakah strategik itu berjalan dengan baik ataupun terjadi kesengajaan/ penyimpangan (Saladin, 2011:50).

## 1. Perencanaan Strategik

Perencanaan strategik itu pada awalnya hanya digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar, tapi akhirnya banyak juga digunakan oleh perusahaan menengah dan kecil. Usaha kecil dan menengah (UMK) di Indonesia banyak menggunakan perencanaan strategik walaupun belum mapan (Saladin, 2011:50).

Perencanaan strategik merupakan tulang punggung dari manajemen strategik. Proses perencanaan strategik sangat erat hubungannya dengan kegiatan keseluruhan manajemen, antara lain:

Steiner & Miller (1992:11) mengemukakan beberapa tujuan daripada perencanaan strategik, yaitu:

- a. Mengungkapkan persoalan-persoalan strategis untuk pertimbangan pimpinan.
- b. Mengkonsentrasikan sumber daya pada berbagai aspek kegiatan penting.
- c. Memberikan gambaran peta ke arah mana perusahaan sedang berjalan.
- d. Menunjukkan koordinasi kegiatan intern secara lebih baik.

## 2. Jenis-jenis Perencanaan Strategik

Perencanaan strategik formal ditujukan untuk jangka panjang dan secara konseptual perencanaan strategik formal disusun melalui tahap. Perencanaan strategik formal adalah perencanaan berdasarkan prosedur, penelitian, melibatkan banyak orang dan menghasilkan seperangkat rencana tertulis.

Adapun tahap-tahap perencanaan strategik formal adalah sebagai berikut:

- a. Perencanaan Rencana (*Plan to plan*)



Pada tahap ini dipikirkan bagaimana bentuk tahap rencana perencanaan program kerja, sumber data dan informasi, cara pengumpulan dan pengolahan, siapa perencanaannya dan petunjuk-petunjuk apa dan bagaimana diterapkannya.

b. *Premises*

Prakiraan perkembangan lingkungan eksternal seperti ekonomi, penduduk teknologi pemerintah, hukum, sosial budaya, dan lain-lain. Dan pentingnya adalah kondisi konsumen. Prakiraan lingkungan eksternal ini disinkronkan disesuaikan dengan prakiraan lingkungan internal, seperti keuangan, SDM yang dimiliki, fasilitas, proses produksi, dan yang paling penting adalah prakiraan baruan pemasaran yang akan dipergunakan (produk, harga, distribusi, dan promosi) dan bila berupa jasa ditambah dengan (personil, prosedur, dan fasilitas fisik).

c. Perumusan visi dan misi

Berdasarkan dari pengamatan lingkungan, baik eksternal maupun internal, maka pimpinan menentukan visi dan misi bisnis. Visi merupakan kerangka acuan dan prespektif sebagai suatu kesatuan yang tercermin dalam kegiatan nyata. Visi menggambarkan apa yang dilakukan perusahaan/ organisasi.

a. **Perumusan Tujuan**

Menurut Wiliam F. Glueck tujuan adalah hasil akhir yang dicari atau dicapai organisasi dengan kemampuan dan aktivitas-aktivitasnya.

**1. Perumusan tujuan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya**

Untuk merumuskan tujuan perusahaan, perlu diperhatikan keseimbangan dengan memadukan berbagai kepentingan atau pihak yang terlibat dalam

perusahaan (*stakeholder benefit*). Ada beberapa cara faktor yang mempengaruhi perumusan tujuan, yaitu:

a. Kekuatan dalam lingkungan

Baik lingkungan mikro (pelanggan, pesaing, perantara, dan kelompok pemasok) maupun lingkungan makro (demografi, geografi, ekonomi, teknologi, pemerintah dan hukum, dan sosial budaya)

b. Kenyataan sumber daya perusahaan dan hubungan kekuasaan intern.

Perusahaan yang lebih besar tentu akan mempunyai kemampuan dibandingkan perusahaan kecil. Semakin besar perusahaan, akan semakin bebas menentukan tujuan-tujuannya. Berbeda dengan perusahaan kecil yang banyak terbanting pada kekuatan lingkungan. Disamping itu, hubungan politik intern juga mempengaruhi tujuan. Hal ini menyangkut dukungan yang diperoleh dari pemegang saham.

c. Sistem penilaian dari eksekutif puncak

Nilai merupakan serangkaian sikap seseorang tentang apa yang baik dan apa yang buruk, yang dikehendaki dan yang tidak dikehendaki. Penilaian seorang manajer ataupun eksekutif puncak, akan mempengaruhi persepsi mengenai keunggulan dan kelemahan tindakan strategi dan pemilihan tujuan. Misalnya, seorang eksekutif mempunyai persepsi penilaian yang sangat inovatif yang berorientasi pada resiko. Eksekutif demikian ini tentu akan lebih aktif mencari gagasan-gagasan baru dan teknologi baru.

d. Kesadaran manajemen tentang keputusan lampau dan perkembangan perusahaan.

Dalam menentukan tujuan perusahaan untuk periode berikutnya selalu mempertimbangkan sejauh mana tujuan-tujuan sebelumnya bisa dicapai.

### **G. Kerangka Konseptual**

Dalam era globalisasi saat ini, media massa tentu sudah tidak asing lagi di tengah masyarakat modern yang semakin hari semakin berkembang. Setiap detik, jutaan manusia tidak bisa lepas dari peranan media massa. Ia seakan menjadi candu bagi para penikmat teknologi.

Begitu mudahnya media massa mempengaruhi masyarakat dengan berbagai program yang dibuat dalam suatu susunan redaksi, kekuatan inilah yang menjadi saluran yang dimanfaatkan untuk mengendalikan arah dan memberikan dorongan terhadap perubahan sosial.

Teknologi informasi kini telah berkembang dengan sangat pesat, komunikasi dan informasi berlangsung dengan sangat cepat tanpa batas negara. Proses demokratisasi yang tak dapat dibendung ini juga dipicu oleh perkembangan teknologi informasi.

Seiring dengan perkembangan era globalisasi saat ini, media massa mempunyai peran yang sangat strategis dalam suatu negara, termasuk di Indonesia. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengarahkan masyarakat untuk selalu membutuhkan informasi tentang segala hal didalam kehidupannya. Hal ini ditunjukkan dengan bertambahnya dan meningkatnya pengguna alat-alat komunikasi, seperti handphone, Iphone, notebook dan sejenis alat komunikasi lainnya. Masyarakat membutuh kan hal itu, tidak hanya untuk berkomunikasi saja melainkan untuk memperoleh informasi yang strategis dan cepat.

## 1. Manajemen Strategik

Manajemen strategi secara umum yaitu suatu proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap para top manajer yang sungguh berarah pada tujuan jangka panjang perusahaan yang disertai dengan penyusunan akan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan (Taufiqurokhman, 2016:11)

Sedangkan pengertian secara khusus yaitu suatu tindakan yang bersifat terus-menerus mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai dengan sudut pandang tentang apa yang diinginkan serta diharapkan oleh para konsumen untuk dimasa depan. Dengan strategi ini maka ada yang hampir dimulai dari apa yang selalu untuk bisa terjadi dan bukan yang dimulai dari apa yang terjadi (Taufiqurokhman, 2016:11)

Manajemen strategi adalah suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, dan disertai dengan penetapan cara aplikasinya yang dibuat oleh pimpinan dan juga dilaksanakan oleh seluruh pihak-pihak yang terlibat di dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan (Taufiqurokhman, 2016:12)

## 2. Redaksi

Haris Sumadiria, (2014:23) menyatakan bahwa redaksi merupakan bagaimana aspek-aspek dan misi ideal yang dijabarkan dalam peliputan dan penempatan berita, laporan, tulisan dan gambar yang sesuai dengan kepentingan dan serta khalayak yang relatif beragam.

Redaksional berasal dari kata redaksi yang bermakna suatu bagian penting dalam organisasi media komunikasi massa, yang tugas pokoknya mengelola isi

atau acara media massa elektronik atau cetak. Bagian redaksional merupakan bagian yang mengurus pemberitaan.

Pada garis besarnya keredaksian menurut Maskun Iskandar, (1990:40) dibagi menjadi empat jenjang: pertama, pemimpin redaksi yang bertanggung jawab pada kebijakan isi media. Kedua, redaktur pelaksana yang dibebani tanggung jawab pelaksanaan keredaksian sehari-hari, biasanya yang mengatur isi berita para wartawan atau reporter. Ketiga, editor atau redaktur, yang bertugas menyunting naskah dan halaman. Keempat, wartawan atau reporter, yang mencari dan membuat berita.

### **3. Media Online**

Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi O'Neill (2008:14) menilai bahwa hari ini kita tidak hanya berinteraksi dengan cara menerima dan mentranmisikan pesan melaluinya, tetapi juga menggunakan, bahkan hidup dalam lingkungan media yang *computer supported*. Media interaktif dengan cepat menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari dan pemahaman atas karakteristik media semacam ini menjadi sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan pada abad ke-21 (Fakhruroji, 2017:54)

Namun demikian, O'Neill melihat fenomena ini dapat menjadi potensi masalah karena adanya perubahan pola transformasi yang dilakukan oleh media interaktif.

“yang kita hadapi adalah dalam konteks memahami perubahan karakteristik medium lama yang telah mengalami transformasi melalui konvergensi dan komputerisasi dalam bentuk-bentuk media yang beragam. Penerimaan pesan tidak lagi pasif dan satu arah, tetapi terjadi secara interaktif dan multi arah. Para pengguna smartphone dapat mengirim dan

menerima pesan yang mereka buat sendiri sebagaimana mereka dapat mengunduh klip film dan musik dari internet” (O’Neill, 2008:14)

Fakhruroji (2017:57) menyatakan bahwa konsep media digital adalah dari cara kerjanya yang didasarkan pada sandi-sandi atau kode-kode biner (*binary codes*) yang menerjemahkan perintah dari pengguna. Sebagai contoh, ketika kita membaca majalah atau buku dalam bentuk analog, buku atau majalah tersebut terdiri atas lembaran-lembaran kertas yang mengharuskan kita berinteraksi secara fisik.

Sementara dalam bentuk digital, buku atau majalah yang kita baca biasanya berbentuk file yang diakses melalui salah satu *software* berbasis komputer. Itulah sebabnya disebut dengan *e-book* atau *digital book* (buku elektronik, buku digital) atau *e-zine* (*elektronik, magazine*, majalah elektronik, buku digital) (Fakhruroji, 2017: 57)

Perkembangan teknologi komunikasi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan sangat cepat karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai media online.

Media online atau internet didirikan oleh pemerintah Amerika Serikat pada tahun 1969. Media online didefinisikan sebagai jaringan luas komputer, yang dapat perizinan, dapat saling berkoneksi antara satu dengan yang lainnya untuk menyebarluaskan dan membagikan digital files, serta memperpendek jarak antar Negara. Tidak seperti radio dan televisi yang disiarkan disatu lokasi untuk diterima di daerah sekitarnya. Televisi mampu mengkoneksikan antara satu

komputer dengan komputer lain, sekaligus sebagai broadcaster dan receiver (Oetomo, 2001:51)

Syamsul Romli (2012:8) mengungkapkan Media *online* (*online media*) adalah media atau saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Semua jenis kanal (*channel*) komunikasi yang ada di internet atau hanya bisa diakses dengan koneksi internet disebut media *online*. Syamsul Romli (2012:8) menyatakan bahwa media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalisme* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana, saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real-time*”.

*New media* merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media di luar media massa konvensional-televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat *new media* adalah cair (*fluids*), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan.

*New media* merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun *new media* sendiri tidak serta merta berarti media digital. Video, teks, gambar, grafik yang diubah menjadi data-data digital berbentuk *byte*, hanya merujuk pada sisi teknologi *multimedia*, salah satu dari tiga unsur dalam *new media*, selain ciri interaktif dan intertekstual (Syamsul Romli, 2012:15)

## **H. Langkah-langkah Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di Lembaga Kantor Redaksi Ayobandung.com, yang terdapat di Jalan Sekar Tongeret No.14, Kelurahan Turangga, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264.

Ada beberapa alasan yang penulis lakukan dalam penelitian ini untuk menentukan lokasi, yaitu:

- a. Lokasi tersebut dikarenakan pusat bagi penulis untuk mendapatkan sumber-sumber untuk membantu memperlancar penulisan.
- b. Lokasi yang penulis pilih dikarenakan strategis dan tidak jauh untuk mendapatkan sumber data.
- c. Lokasi tersebut sesuai dengan penulis pilih untuk dijadikan sumber data untuk mempermudah penulisan.
- d. Lokasi tersebut tidak membutuhkan waktu yang lama untuk proses penyusunan.

### **2. Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma atau perspektif yang digunakan dalam penelitian penulis yaitu konstruktivisme. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi berbentuk dari hasil konstruksi. Karenanya analisis dari paradigma ini, yaitu menemukan peristiwa atau realitas tersebut dapat dikonstruksi. Konstruktivisme ini menganggap subjek (komunikasi) sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosial.



Penelitian yang penulis angkat menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif terhadap suatu subjek yang akan diteliti. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dapat sesuai dengan karakteristik dari paradigma konstruktivisme yang dipandang tepat untuk menjelaskan permasalahan yang penulis teliti.

### **3. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual. Penelitian deskriptif ini juga timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti.

Penelitian terjun kelapangan tanpa dibebani atau diarahkan oleh teori. Ia tidak bermaksud menguji teori sehingga perspektifnya tidak tersaring. Ia bebas mengamati objeknya, menjelajah dan menemukan wawasan-wawasan baru sepanjang jalan. Penelitiannya terus menerus mengalami reformulasi dan dan redireksi ketika informasi-informasi baru ditemukan. Hipotesis tidak datang sebelum penelitian. Hipotesis-hipotesis baru muncul dalam penelitian.

Penelitian ini memerlukan kualifikasi yang memadai. Pertama peneliti harus memiliki sifat yang reseptif. Ia harus selalu mencari, bukan menguji. Kedua, ia harus memiliki kekuatan integratif, kekuatan untuk memadukan berbagai macam informasi yang diterimanya menjadi satu kesatuan penafsiran. Penelitian

deskriptif bukan saja menjabarkan (analisis), tetapi juga memadukan (sistesis). Bukan saja melakukan klasifikasi, tetapi juga organisasi (Rakhmat, 2014:26)

#### **4. Jenis Data dan Sumber Data**

##### **4.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian bersifat kualitatif, yakni dengan menggambarkan berbagai program dan kegiatan yang ada di ayobandung.com dalam hubungannya dengan manajemen komunikasi.

##### **4.2 Sumber Data**

Sumber data penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari pimpinan dan jajaran redaksi ayobandung.com sehingga mendapatkan data yang dibutuhkan dan akurat. Sedangkan data sekunder penelitian disini menggunakan berbagai referensi seperti jurnal, artikel, buku dan referensi skripsi yang telah diteliti sebelumnya.

###### **a. Sumber Data Primer**

Untuk kategori sumber primer ini, penulis mengumpulkan sumber berupa:

###### **1. Sumber lisan (Wawancara)**

- a. Adi Ginanjar Maulana, laki-laki. Sebagai pimpinan redaksi di media online ayobandung.com
- b. Andri Ridwan Fauzi, laki-laki. Sebagai editor di media online ayobandung.com

###### **b. Sumber Data Sekunder**

Adapun, kategori sekunder yang penulis dapatkan, yaitu:

###### **1. Sumber Tertulis**

- a. Berkas-berkas atau dokumen di ayobandung.com

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

### **5.1 Observasi**

Pengamatan atau observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Pengertian observasi ini adalah kegiatan suatu aktivitas yang mengadakan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengumpulkan data. Metode observasi ini digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data pendukung yang meliputi letak dan keadaan geografis serta keadaan lingkungan ayobandung.com.

### **5.2 Wawancara**

Wawancara atau interview adalah suatu komunikasi verbal, seperti percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi atau data (Nasution, 1996:87) Wawancara dilakukan dengan cara lisan dan tatap muka langsung dengan Manajer atau Pimpinan ayobandung.com, Pimpinan Redaksi. Metode ini digunakan penulis untuk memperoleh data tentang bagaimana penerapan manajemen strategi redaksi ayobandung.com.

### **5.3 Dokumentasi**

Mengenai dokumentasi, penulis lampirkan pada penelitian ini. Dengan harapan dapat menjadi bukti yang akurat. Metode dokumentasi yang penulis

gunakan yaitu yang berkaitan dengan rencana program kerja, struktur organisasi, pola manajemen dan sejarah serta berkembangnya ayobandung.com.

## **6. Teknik Analisis Data**

Peneliti akan melakukan analisis data menurut Miles & Huberman, yaitu sebagai berikut.

### **6.1 Reduksi Data**

Inti dari reduksi data yaitu proses pengabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Hasil wawancara, hasil observasi, hasil studi dokumentasi diubah menjadi bentuk tulisan (*script*) sesuai dengan formatnya masing-masing. Hasil dari rekaman wawancara akan format menjadi bentuk verbatim wawancara. Hasil observasi dan temuan lapangan diformat menjadi tabel hasil observasi, dan studi dokumentasi diformat menjadi skrip analisis dokumen (Herdiansyah, 2010:175)

### **6.2 Display Data**

Langkah selanjutnya adalah *display* data yaitu mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas (yang sudah disusun alurnya dalam tabel akumulasi tema) ke dalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang dikelompokkan dan dikategorikan, serta akan memecah tema-tema tersebut ke dalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana (Herdiansyah, 2010:176)

### **6.3 Penarikan Kesimpulan**

Tahap terakhir yang dilakukan dalam analisis data kualitatif menarik kesimpulan. Kesimpulan yang diambil menjurus kepada jawaban dari pertanyaan

penelitian yang diajukan sebelumnya dan mengungkap “*what*” dan “*how*” dari temuan penelitian tersebut (Herdiansyah, 2010:179)

Penarikan kesimpulan diambil berdasarkan hasil reduksi data wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Selain itu, pengambilan kesimpulan juga diambil berdasarkan hasil *display* data yang telah dilakukan peneliti.

