

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media *online* merupakan media baru yang mempunyai cara penyampaian informasi yang berbeda dengan media tradisional (media cetak dan media elektronik). Media *online* memerlukan perangkat komputer dan koneksi internet untuk mencari dan menerima informasi lewat halaman *website*. Meskipun kehadiran media *online* ini belum lama tetapi merupakan salah satu jenis media komunikasi yang tergolong memiliki pertumbuhan yang signifikan. Media ini juga termasuk kedalam salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sudah menjadi sumber informasi kepada khalayak ramai.¹

Dengan adanya media baru seperti media *online* tersebut, informasi dari belahan dunia manapun dapat diperoleh dengan begitu mudah. Dimana dengan kecepatannya yang tinggi dalam mengakses informasi, dapat membuat media *online* banyak digunakan oleh khalayak pada saat ini. Media *online* juga merupakan media

¹ Darminto, Riski Purwo, " Fungsi Media *Online* Dan Manfaatnya Bagi Pengembangan Pesan Dakwah Kepada Publik", *Skripsi*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, (2017). Lihat http://repository.radenintan.ac.id/3144/1/SKRIPSI_PURWO.pdf . Diakses pada 17 Oktober 2023 pukul 07.45 WIB.

generasi ketiga setelah media cetak seperti koran, majalah, dan media elektronik seperti televisi, radio, dan sebagainya.²

Media *online* ini memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan media konvensional. Media ini lebih praktis karena bisa diakses dimanapun dan kapanpun asalkan perangkat yang digunakan tersambung dengan jaringan internet. Informasi yang disampaikan cepat sampai kepada masyarakat dan informasi yang disampaikan lebih cepat atau *up to date*. Masyarakat juga bisa mendapatkan informasi dari dalam negeri maupun luar negeri asalkan penggunaanya terhubung dengan internet. Biaya yang di keluarkan lebih efisien dan keuntungan yang di dapatkan lebih besar. Sedangkan media konvensional memiliki keunggulan berita yang mudah di dapatkan seperti halnya dikoran, praktis, terdapat banyak peluang pekerjaan bagi masyarakat,³

Selain keunggulan tersebut, media *online* juga memiliki kekurangan seperti ketergantungan dengan perangkat komputer ataupun smartphone dan internet, mata menjadi mudah lelah jika penggunaan dalam jangka panjang, akurasi media *online* sering terabaikan karena lebih mengutamakan kecepatan penyampaian. Sedangkan kekurangan pada media konvensional yaitu memerlukan biaya yang sangat tinggi untuk mencetak berita dan mengiklankan berita, proses dalam memnyebarkan berita yang lama dan kurang efektif, jangkauan yang terbatas, berita yang di sampaikan

² Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa Cendikia,2015), hlm. 34

³ Eko Pamuji, *Media Cetak Vs Media Online*, (Surabaya: Unitumo Press,2019), hlm. 5

kurang *up to date* dibanding media *online*. Media *online* ini telah menggeser eksistensi dari media konvensional dengan berbagai keunggulan yang lebih utama yaitu kecepatan dalam menyebarkan berita kepada masyarakat dan aktualitas.⁴

Sejak era Internet muncul, dunia telah mengalami perubahan revolusioner dalam cara kita mendapatkan, berbagi, dan mengonsumsi informasi. Di Indonesia sendiri internet mulai masuk pada tahun 1990-an, sebagai negara dengan pertumbuhan pengguna internet yang pesat, bukan hanya menjadi pengamat tetapi juga aktor utama dalam perkembangan industri media *online*. Industri ini memainkan peran kunci dalam membentuk citra dan pemahaman masyarakat terhadap berbagai isu, serta menjadi kekuatan pendorong dalam mengubah paradigma tradisional di dunia media.⁵

Industri media *Online* pertama di Indonesia adalah *Republika Online* dengan link website *www.republika.co.id*, kemudian disusul oleh *tempointeraktif.com* sekarang *www.tempo.com*, *Waspada Online* dengan link website *www.waspada.co.id*, dan *Kompas Online* dengan link website *www.kompas.com*. Sedangkan awal mula perkembangan industri media *online* di Indonesia terjadi sekitar masa jatuhnya pemerintahan Orde Baru yang dipimpin oleh Presiden Soeharto pada tahun 1998. Dimana pada saat jatuhnya pemerintahan Orde Baru masyarakat lebih mencari media

⁴ *Ibid.* hlm. 6

⁵ Florida Nirma Sanny Damanik. "Menjadi Masyarakat Informasi". *Jurnal SIFO Mikroskil* Vol. 13, No. 1, (2012), hlm 73. Lihat <https://media.neliti.com/media/publications/280897-menjadi-masyarakat-informasi-080f871d.pdf> . Diakses pada Diakses pada 17 Oktober 2023 pukul 07.55 WIB.

dan *breaking news*. Dari situ terbentuklah *Detik.com* yang merupakan media *online* yang berdiri tanpa adanya media cetak sebelumnya, berbeda dengan *Republika online* yang dahulunya sudah ada media cetak. Kemudian *Detik.com* menjadi pelopor terbentuknya media *online* lainnya di Indonesia, meskipun *detik.com* baru rilis pada tanggal 9 Juli 1998 yang berjarak 4 tahun dari terbentuknya *Republika online* yang rilis pada tahun 1994.⁶

Dalam era digital ini, industri media *online* telah menjadi kekuatan pendorong utama dalam mengubah cara kita mengakses, berbagi, dan mengonsumsi informasi. Sumatera Barat, sebagai bagian integral dari keberagaman budaya Indonesia, tidak luput dari pengaruh signifikan yang ditimbulkan oleh perkembangan industri media *online*. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan teknologi di daerah ini, kehadiran media *online* tidak hanya mempercepat pertukaran informasi, tetapi juga membentuk dinamika sosial dan ekonomi di tingkat lokal.⁷

Berkembangnya industri media *online* ini bisa berdampak kepada minat baca masyarakat Indonesia. Adanya industri media *online* menjadikan salah satu faktor

⁶ <https://digstraksi.com/sejarah-perkembangan-media-online-di-indonesia/> . Diunduh pada tanggal 17 Oktober 2023, pukul 08.00 WIB.

⁷ Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia”. *Jurnal Publiciana Vol. 9 No. 1.* 2016. hlm 155. Lihat <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>. Diakses pada 17 Oktober 2023 pukul 08.30 WIB.

penyebab rendahnya minat baca di Indonesia.⁸ Dengan media *online* ini terdapat perubahan cara membaca masyarakat, yang awalnya cara membaca masyarakat dengan cara intensif. Akan tetapi sekarang cara membaca masyarakat dengan cara ekstensif atau membaca cepat.⁹

Pertumbuhan industri media *online* di Sumatera Barat juga tak kalah pesatnya dibandingkan dengan daerah lain. Terdapat ratusan media *online* yang aktif memberitakan tentang peristiwa yang terjadi di Sumatera Barat. Berdasarkan data dari Dewan Pers jumlah media di Sumatera barat terdapat 70 perusahaan pers yang terverifikasi secara faktual dan administrasi di dewan pers dan 56 di antaranya terdapat di Kota Padang, dengan rincian 52 media online, 15 media cetak, 2 media televisi dan 1 media siaran radio.¹⁰

Pada awalnya, masuknya media *online* di Sumatera Barat dapat ditelusuri melalui portal berita *online* yang menyajikan konten lokal dan nasional. Situs *web* lokal, seperti *padangmedia.com*, yang membawa berita dan informasi langsung ke tangan masyarakat. Media *online padangmedia.com* merupakan portal berita *online*

⁸ Iswari Anggit Pramesti, Irwansyah, “Faktor Yang Memengaruhi Minat Dan Cara Membaca Masyarakat Indonesia Di Era Digital, Serta Dampaknya Pada Bisnis Media Cetak”. *Jurnal Ilmu Humaniora*, Vol. 05, No. 1. 2021. hlm 122. Lihat <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>. Diakses pada 17 Oktober 2023 pukul 08.40 WIB.

⁹ *Ibid.* hlm 123.

¹⁰ Dewan Pers. ”Perusahaan Pers”. Lihat <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>. Diunduh pada tanggal 18 oktober 2023, pukul 08.00 WIB.

pertama di Sumatera Barat yang berdiri sejak 7 Juli 2007. *Padangmedia.com* ini telah terdaftar di dewan pers dan 75% wartawan dan redaktornya telah lulus ujian sertifikasi wartawan (UKW).

Kantor redaksi *padangmedia.com* ini beralamat di Jl. Legislatif no.39 Komp. DPRD Lapai Padang. Portal berita *padangmedia.com* ini memiliki moto yaitu “Terbetik Terberita” dengan dilandaskan semangat dalam memberi informasi secepat dan seakurat mungkin.¹¹ Berbeda dengan media *online* lain yang melakukan penyebaran informasi di berbagai media. Akan tetapi *padangmedia.com* ini media *online* yang berfokus melakukan penyebaran informasi melalui website. Informasi yang diberikan oleh *padangmedia.com* ini merupakan cakupan wilayah di Sumatera Barat dan Pekanbaru.

Industri media *online* di Indonesia khususnya di Sumatera Barat mencakup beragam platform dan konten yang terus berkembang. Mulai dari portal berita daring, platform streaming video, hingga jejaring sosial, setiap aspek industri ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap cara kita berinteraksi dengan dunia di sekitar kita. Pertumbuhan pesat pengguna internet sangat yang tinggi menjadi pendorong utama dalam perkembangan industri ini. Maka dari hal itu industri *padangmedia.com* sangat

¹¹ Website resmi *padangmedia.com*. Lihat <https://padangmedia.com/tentang-kami/>. Diakses pada 18 oktober 2023 pukul 08.30 WIB.

menarik untuk di teliti bagi penulis. Sehingga penulis memberi judul “**Industri Media Online Di Sumatera Barat: Kajian Padangmedia.Com Tahun 2007-2022**”.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

Perkembangan industri media *online* di Sumatera Barat mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Terdapat 70 perusahaan pers di Sumatera Barat yang telah terverifikasi oleh dewan pers dan 56 di antaranya terdapat di kota Padang. Seperti halnya *padangmedia.com* sebagai industri media *online* pertama di Sumatera Barat. Industri ini memberikan informasi tentang keadaan ekonomi, kesehatan, dan pemeliharaan keberagaman budaya.

Masyarakat sekarang secara perlahan meninggalkan media konvensional dan mulai beralih kepada media baru atau media *online*. Perkembangan ini ditandai dengan semakin meningkatnya penggunaan teknologi digital pada saat sekarang ini. Alasan media *online* ini banyak digunakan karena perolehan informasi yang lebih cepat, bisa diakses kapanpun dan dimanapun, dibandingkan dengan media konvensional yang penyebaran informasinya lebih lama dan memiliki jangkauan yang sangat terbatas. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat sekarang ini merupakan salah satu faktor banyaknya berdiri industri media *online* di Sumatera Barat.

Media *online* ini menyimpan segudang informasi. Selain informasi bahkan pengetahuan, hiburan, juga bisa diakses di media *online*. Akses media *online* yang hanya bisa lewat perangkat yang tersambung menggunakan internet. Masyarakat yang

tidak memiliki perangkat yang bisa tersambung ke internet tidak dapat mengakses media *online* tersebut dan tetap memilih menggunakan media konvensional untuk memperoleh informasi. Dalam industri media *online* untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan maka dibutuhkannya manajemen yang baik. Manajemen sangat penting dilakukan dalam sebuah industri. Perubahan teknologi juga berperan mempengaruhi kegiatan manajemen media.

Penelitian yang berjudul “Industri Media *Online* Di Sumatera Barat: Kajian *Padangmedia.com* Tahun 2007-2022”. Batasan temporal tahun 2007, karena pada tahun ini *mediapadang.com* sebagai awal mulanya industri media online di Sumatera Barat tepatnya pada tanggal 7 Juli 2007. Sedangkan Batasan temporal akhir tahun 2022 karena pada tahun ini *padangmedia.com* baru terverifikasi di Dewan Pers.¹² Adapun Batasan spasial pada penelitian ini yaitu Kota Padang karena pusat *padangmedia.com* dan tempat penulis melakukan wawancara. Untuk lebih memfokuskan pembahasan ini, maka dapat dirumuskan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana sejarah industri media *online* di Sumatera Barat.?
2. Bagaimana perkembangan dan strategi *padangmedia.com* pada tahun 2007-2022.?

¹² <https://dewanpers.or.id/> . Diakses pada tanggal 18 Oktober 2023, pukul 09.00 WIB.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Menjelaskan sejarah industri media *online* di Sumatera Barat.
2. Menjelaskan perkembangan *padangmedia.com* pada tahun 2007-2022.

D. Tinjauan Pustaka

Ada beberapa tulisan dan kajian yang mengupas tentang industri media online. Sumber yang dapat dijadikan pijakan dalam penelitian tentang media *online* ini adalah buku yang berjudul *Media Online: Pembaca, Laba Dan Etika* karya dari J. Heru Margianto dan Asep Syaefullah. Dalam buku membahas tentang perkembangan media *online* di Indonesia. Dalam buku ini disebutkan bahwa perkembangan media *online* di Indonesia dipelopori oleh detik.com unggahan pertama yaitu pada tanggal 9 Juli 1998 dari gagasan empat sekawan, dimana detik.com ini muncul sebagai media *online* yang otonom. Pada buku ini juga di jelaskan mengenai etika pembaca ketika mengakses media *online*. Perbedaan buku ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dilihat dari Lokasi, buku ini tidak memfokuskan kepada Provinsi Sumatera Barat tetapi lebih terfokus ke nasional di Indonesia.¹³

Dalam buku karya Atik Hidayatul Ummah yang berjudul *Manajemen Industri Media Massa*. Dalam buku ini terdapat pembahasan mengenai manajemen dalam

¹³ J. Heru Margianto. Asep Syaefullah, *Media Online: Pembaca, Laba Dan Etika*,(Jakarta Pusat: Aliansi Jurnalis Independen Indonesia, 2012), hlm. 15

industri media online. Pada buku ini di sebutkan bahwa manajemen memiliki peran penting dalam kesuksesan industri media online karena menyangkut kepada kualitas pemberitaan media, ketepatan waktu penyajian, pengolahan, dan produksi serta pencapaian tujuan organisasi dan institusi media tersebut. Perbedaan buku ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu focus pada buku ini mengenai manajemen media *online* secara garis besar dan tidak spesifik kepada satu media *online*.¹⁴

Sumber lain dari artikel yang ditulis Nunuk Parwati berjudul “Analisis Manajemen Redaksi Media Online di Masa Pandemi Covid19 di Tirto.id Yogyakarta” dalam jurnal *Komunika* Vol. 10, No. 2,2021. Dalam artikel ini membahas mengenai manajemen salah satu industri media online yaitu Tirto.id di masa pandemi Covid-19. Pada masa genting ini fungsi sebuah manajemen seperti *planning, organizing, actuating* dan *controlling* harus berjalan dengan baik agar manajemen sebuah industri media *online* bisa bertahan di Tengah pandemi Covid-19. Perbedaan artikel ini dengan penelitian dapat dilihat dari Lokasi, dan subjek penelitian.¹⁵

Dalam tulisan karya Media Suchaya yang berjudul “Manajemen Media Digital” dalam jurnal *Tarbawi* Vol. 3. No. 01, 2017. Dalam tulisan ini membahas mengenai manajemen dalam sebuah media digital dari Tempo Media Grup. Dalam tulisan ini

¹⁴ Athik Hidayatul Ummah, *Manajemen Industri Media Massa* (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021). Hlm 8

¹⁵ Nunuk Parwati, “Analisis Manajemen Redaksi Media *Online* di Masa Pandemi Covid19 di Tirto.id Yogyakarta”. Jurnal *Komunika* Vol. 10, No. 2, (2021). Hlm 94-101. Lihat DOI:[10.31504/komunika.v10i2.3979](https://doi.org/10.31504/komunika.v10i2.3979). Diakses pada Diakses pada 18 Oktober 2023 pukul 09.00 WIB.

mengemukakan karena kemajuan teknologi, pengelola media harus mengubah cara mereka mencari berita, memproduksi, mendistribusikan, dan mengorganisir media. Setelah meninggalkan bisnis media cetak, Tempo Media Group merestrukturisasi organisasinya dan berinvestasi dalam teknologi untuk masuk ke dunia digital. Namun, mereka terus menghasilkan berita dengan mematuhi kode etik jurnalistik. Sumber daya manusia disiapkan untuk transformasi dimulai dengan menyiapkan mereka untuk menerima berbagai inovasi yang dihasilkan dari penggunaan teknologi. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada subjek penelitian yang dimana pada penelitian ini bersubjek kepada Padangmedia sedangkan tulisan ini bersubjek pada Tempo Media Grup.¹⁶

Dalam tulisan karya Deddy Irawan dan Nursapia Harahap yang berjudul “Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Tantangan Industri Media Digital Di Tribun Medan” dalam jurnal *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol 4(5), 2023. Dalam tulisan ini membahas tentang strategi pengembangan SDM oleh industri media Tribun Medan. Dalam tulisan ini di temukan dalam pengembangan SDM Tribun Medan melakukan beberapa strategi seperti pelatihan dalam skala internal maupun nasional. Perbedaan artikel ini dengan penelitian dapat dilihat dari topik dan subjek penelitian. Pada penelitian ini membahas mengenai

¹⁶ Media Suchya. “Manajemen Media Digital”. Jurnal *Tarbawi* Vol. 3. No. 01, (2017). Hlm 43. Lihat <https://doi.org/10.32678/tarbawi.v3i01.1778>. Diakses pada 18 Oktober 2023 pukul 09.20 WIB.

industri media *online* dengan subjek Padangmedia.com sedangkan artikel ini membahas mengenai tantangan adanya media *online* di Tribun Medan.¹⁷

Dalam tulisan karya Cendanawangi Lumoindong, dkk yang berjudul “Komodifikasi Di Industri Media Online Dalam Negeri Studi Pada Kompasianer Oleh Kompasiana.Com” yang di terbitkan dalam jurnal *Jurnal Impresi Indonesia (JII)* Vol.2, No. 7, Juli 2023. Dalam tulisan ini membahas tentang komodifikasi pada salah satu media online di Indonesia yaitu *kompasiana.com*. Dalam tulisan ini ditemukan bahwa *Kompasiana.com* dalam kebijakan untuk pemberian upah kerja pada para penulisnya menggunakan istilah *rewards* bukan istilah gaji seperti pada umumnya. Kompasianer akan menerima *rewards* jika mereka dapat memenuhi syarat yang telah ditetapkan. Perbedaan artikel ini dengan penelitian dapat dilihat dari subjek penelitian. Subjek pada penelitian yaitu Padangmedia.com sedangkan pada artikel memiliki subjek Kompasiana.com¹⁸

Sumber berikutnya yaitu tulisan yang bagus karya Widia Sulistiana yang berjudul “Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal” yang

¹⁷ Deddy Irawan dan Nursapia Harahap. “Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Tantangan Industri Media Digital Di Tribun Medan”. Jurnal *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol 4(5), (2023), hlm 575. Lihat <http://journal.yrpiuku.com/index.php/mse> . Diakses pada 18 Oktober 2023 pukul 09.40 WIB.

¹⁸ Cendanawangi Lumoindong, Hilman Prahmana, dan Olivia Paramitha. “Komodifikasi Di Industri Media Online Dalam Negeri Studi Pada Kompasianer Oleh Kompasiana.Com” Jurnal *Impresi Indonesia (JII)* Vol. 2, No. 7, (2023), hlm 708. Lihat <https://doi.org/10.58344/jii.v2i7.3402> . Diakses pada 18 Oktober 2023 pukul 10.00 WIB.

di terbitkan dalam jurnal *JIKE* Vol 1, No 1, Desember 2017. Dalam artikel ini lebih berfokus kepada pengelolaan industri media massa sebagai industry kreatif di kota Cirebon yang dapat dipengaruhi oleh modal, perkembangan teknologi yang signifikan, sumber daya manusia serta media sebagai entitas dalam bidang ekonomi. Berdasarkan Dewan Pers, hanya lima perusahaan media, empat di antaranya media cetak dan satu media *online*, yang terdaftar di Cirebon. Setidaknya terdapat empat media massa cetak, enam stasiun TV lokal, dan 35 stasiun radio lokal di Cirebon. Perbedaan artikel ini dengan penelitian dapat dilihat dari Lokasi penelitiannya. Dimana pada artikel ini Lokasi penelitiannya berada di kota Cirebon sedangkan penelitian ini dilakukan di Kota Padang.¹⁹

Kemudian dalam tulisan yang berjudul “Perkembangan Teknologi Dalam Industri Media” karya dari Muslimin M yang di terbitkan dalam jurnal *Teknik Industri*, Vol. 12, No. 1, Februari 2011. Dalam makalah ini memiliki fokus penelitiannya tentang perkembangan teknologi industry media dalam era globalisasi yang mengubah bagaimana cara masyarakat mendapatkan informasi. Perubahan ini secara tidak langsung melahirkan media media baru yang merubah seluruh kejadian di masyarakat. Pengaruh adanya internet setiap pengguna bisa membuat medianya sendiri untuk menyebarkan informasi. Mereka secara tidak langsung bisa menjadi jurnalis

¹⁹ Widia Sulistiana. “Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal”. Jurnal *JIKE* Vol 1, No 1, (2017), hlm. 87. Lihat <https://doi.org/10.32534/jike.v1i1.51>. Diakses pada 18 Oktober 2023 pukul 10.15 WIB.

dadakan berkat adanya internet mulai dari liputan, mengedit penulisan, memuat berita hingga menyebarkan di berbagai *website* atau *wordpress*. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada topik pembahasannya dimana pada artikel ini membahas mengenai teknologi pada industri media secara umum tidak terfokus kepada satu media.²⁰

Selanjutnya dalam tulisan karya Reni Mustikasari,dkk yang berjudul “Strategi Manajemen Komunikasi Media Online Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia Online” yang di terbitkan dalam jurnal *Common* Vol. 5, No. 2, Desember 2021. Penelitian ini lebih mengarah kepada manajemen dari salah satu media online yaitu Cerdikindonesia.com. Dimana Cerdikindonesia.com memiliki strategi manajemen komunikasi bisnis yang terdiri dari beberapa tahap, *planning* pada tahap ini mereka lebih mengedepankan dalam pemilihan konten, *organizing*, mereka pada tahap ini mencoba menerapkan efisiensi content creator, *actuating*, menyemangati content creator untuk meningkatkan kinerjanya, dan *controlling*, mengawasi kinerja karyawan.²¹ Perbedaan dengan penelitian ini yaitu Dapat dilihat dari subjek penelitian.

E. Kerangka Analisis

²⁰ Muslimin M. “Perkembangan Teknologi Dalam Industri Media”, Jurnal *Teknik Industri*, Vol. 12, No. 1, (2011), hlm 57-64. Lihat [10.22219/JTIUMM.Vol12.No1.57-64](https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol12.No1.57-64) . Diakses pada 18 Oktober 2023 pukul 10.30 WIB.

²¹ Reni Mustikasari, Reni Mustikasari, Kiki Zakiah, dan Safutra Rantona. “Strategi Manajemen Komunikasi Media *Online* Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia *Online*”. Jurnal *Common* Vol. 5, No. 2, (2021), hlm. 192-200. Lihat <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.6359>. Diakses pada 18 Oktober 2023 pukul 10.45 WIB.

Penelitian ini mengkaji tentang perspektif industri media online. Defiisi Industri menurut UU No.5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, 7 industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Menurut Amir Machmud, Industri dipahami sebagai sektor ekonomi yang melakukan kegiatan produksi untuk mengolah bahan mentah menjadi produk jadi atau setengah jadi, disebut juga industri pembangunan.²² Karena industri memproduksi sebagian besar kebutuhan manusia, seperti makanan, minuman, pakaian, dan alat rumah tangga, industri merupakan kegiatan ekonomi yang sangat penting. Selain menyediakan berbagai kebutuhan hidup, itu juga menjadi sumber nafkah bagi sebagian besar orang di seluruh dunia.

Pengertian Media adalah alat komunikasi seperti koraan, radio, majalah, televisi, film, poster dan lain lain. Industri media online adalah sebuah industri media yang akan terus berkembang seiring perkembangan zaman yang di sesuaikan dengan kebutuhan manusia dalam bidang seni, hiburan, pengetahuan, dan lain lain yang penyajian informasinya secara online melalui internet. Industri media online ini secara

²² Amir Machmud, *Perekonomian Indonesia*, (Jakarta : Erlangga, 2016), 198.

fisik dan tekniknya merupakan sebuah media yang berbasis kepada telekomunikasi yang berkaitan dengan komputer atau internet.²³

Media *online* ini bisa di katakan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak (*printed media*) seperti koran, majalah, dan setelah media elektronik (*electronic media*) seperti radio, televisi, dan film. Media online juga merupakan produk jurnalistik *online* sebagai pelapor peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet yang di akses lewat *website*. *Website* merupakan kumpulan halaman web yang dapat diakses khalayak ramai dan saling terhubung. biasanya *website* ini dapat di Kelola oleh individu atau kelompok.²⁴ Jenis jenis website terbagi menjadi enam jika dilihat dari segi kepemilikannya yaitu *News Organization Website* merupakan situs lembaga pers, *Commercial Organizaation Website* merupakan situs lembaga bisnis, *Website* Pemerintah yang ditandai dengan domain (dot) *go.id*, *Website* Kelompok Kepentingan, *Website* Organisasi Non-Profit seperti lembaga amal, *Personal Website* (Blog).²⁵

Pada umumnya blog adalah catatan harian *online* yang berisikan tulisan atau informasi tentang yang dipikirkan, dialami, dirasakan, atau gagasan tentang suatu

²³ Rulli Nasrullah. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. (Jakarta: Prenadamedia, 2016). Hlm. 40

²⁴ Kusuma, S. "Posisi media cetak di tengah perkembangan media online di Indonesia". *Jurnal InterAct*, 5, Vol (1), (2016), hlm. 56-71. Lihat <https://core.ac.uk/reader/304333570> . Diakses pada 19 Oktober 2023 pukul 07.25 WIB.

²⁵ Asep Syamsul M.Romli, *op. cit.*, hlm. 36

masalah atau peristiwa.²⁶ Konten blog bersifat multimedia bisa berupa gabungan teks, foto, grafis, audio, video, dan animasi. Jika dilihat dari sisi konten, blog yang baik berisi informasi actual, penting, berguna, unik, dan menarik untuk memenuhi nilai berita.

Dalam perspektif studi media, media *online* ini menjadi objek kajian teori “media baru” yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten informasi kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital.²⁷ Terdapat beberapa klasifikasi media *online* sebagai berikut situs media cetak atau majalah dengan edisi *online* seperti republika *online*, situs media penyiaran radio *online*, seperti Radio Australia (radioaustralia.net.au), situs media penyiaran televisi berupa edisi *online*, seperti CNN.com, metronews.com. dan liputan6.com, situs berita *online* yang tidak terkait kepada media cetak atau elektronik, seperti detik.com, dan antaranews.com, situs indeks berita yang memuat link-link situs berita, seperti Yahoo News, Google News dan lain lain.²⁸

Sedangkan karakteristik yang dimiliki oleh media *online* adalah multimedia yang dapat menyajikan informasi dalam bentuk gambar, teks, audio, video secara bersamaan, aktualitas dengan kecepatan untuk mendapatkan informasi, memiliki kapasitas yang luas untuk menampung naskah yang panjang, fleksibilitas, jangkauan

²⁶ *Ibid.* hlm. 88

²⁷ *Ibid.* hlm. 34

²⁸ *Ibid.*, hlm. 36

yang dimiliki sangat luas, pembaruan informasi yang dapat dilakukan dengan cepat, terdokumentasi untuk seluruh informasi yang di muat kedalam media *online* bisa dicari dengan mudah melalui *link*.²⁹

Dalam industri media juga terdapat manajemen industri media *online*. Kata manajemen ini berasal dari bahasa Prancis kuno “*management*” artinya seni mengatur. Manajemen erat kaitannya dengan organisasi atau lembaga dan juga memiliki peran penting dalam kesuksesan industri media *online*.³⁰ Menurut Robert Kreitener, manajemen adalah proses yang melibatkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi dalam sebuah perubahan lingkungan utama dengan memanfaatkan sumber daya yang terbatas secara efektif dan efisien.³¹

Manajemen industri media *online* adalah proses pengelolaan media yang berbasis *online* dengan cara yang efektif dan efisien dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai suatu tujuan.³² Secara umum terdapat tiga bagian dalam kegiatan manajemen yaitu manajemen konten, desain, dan pemasaran. Manajemen konten adalah fungsi untuk membuat dan mengelola konten yang akan disampaikan melalui internet. manajemen desain ini sangat erat kaitannya dengan

²⁹ *Ibid*, hlm. 37

³⁰ Athik Hidayatul Ummah, *op. cit.*, hlm, 1

³¹ *Ibid*. hlm. 2

³² *Ibid*. hlm. 85

tampilan *website* dan berbagai elemen terkait. Sedangkan manajemen pemasaran adalah bagaimana bentuk marketing yang akan dilakukan untuk menarik perhatian banyak orang, marketing adalah bagian penting dalam industri media *online*. Pemasaran ini dapat dilakukan secara *offline* maupun *online*.³³

Sistem ekonomi sangat berpengaruh kedalam pertumbuhan industri media *online*, dalam bisnis industri media *online* ini memperoleh profit biasanya di dapatkan melalui iklan. Semakin banyak konten iklan yang di konsumsi oleh para pembaca atau pemirsa maka semakin banyak profit yang di dapatkan.³⁴ Iklan adalah pemberitahuan kepada masyarakat yang berhubungan dengan barang atau jasa yang akan dijual, dan dipasang di dalam media massa atau di tempat umum.³⁵

F. Metode Penelitian

Dalam metode sejarah meliputi 4 unsur yaitu heuristic, kritik, interpretasi, dan historiografi atau penulisan sejarah.³⁶ Tahap pertama dari metode sejarah yaitu heuristic, dimana kegiatan heuristic ini merupakan proses dari pengumpulan sumber sumber informasi dan data yang berhubungan dengan topik penelitian. Pada

³³ *Ibid.* hlm. 86

³⁴ Bernard, *Komunikasi Bisnis Praktis*, (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1994), hlm. 44

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Louis Gottschalk. *Mengerti Sejarah*. Penerjemah Nugroho Notosusanto, (Jakarta: Universitas Indonesia UI-Press, 2006), hlm. 42

pengumpulan sumber ini terdapat dua jenis sumber yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Pada pencarian sumber primer ini di peroleh dari melakukan penelusuran ke website portal berita *padangmedia.com* dan studi lapangan dengan melakukan wawancara dengan informan. Adapun informan yang akan dituju yaitu pemimpin redaksi *padangmedia.com*, wartawan, dan masyarakat . Sedangkan sumber sekunder di peroleh melalui kajian studi Pustaka yang di lakukan ke perpustakaan Universitas Andalas, Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya, Perpustakaan Jurusan Sejarah, dan Jurnal-Jurnal Media *Online*.

Selanjutnya tahap kritik sumber. Pada tahap ini sumber sumber yang sudah di dapatkan kemudian di uji kebenaran dan keaslian suatu sumber tersebut, sehingga mendapatkan kebenaran dari sumber sumber yang ada dan memperoleh suatu fakta sejarah. Dalam kritik sumber ini terdapat dua bagian yaitu kritik ektern yang mengkritik kertas, penulisan, tinta, warna, huruf, gaya penulisan, bahasa yang di gunakan, dan semua dari tampilan luar sumber. Kemudian kritik intern ini lebih ditujukan kepada kredibilitas suatu sumber.

Kemudian tahapan interpretasi atau penafsiran. Interpretasi merupakan proses mengaitkan informasi yang telah berdasarkan fakta sejarah. Fakta ini yang kemudian dianalisis dan di rangkai menjadi sebuah tulisan yang padu dengan menggunakan subjektivitas atau penafsiran penulis.

Pada tahapan terakhir metode sejarah yaitu historiografi atau penulisan. Pada tahapan ini peneliti menyusun semua dari fakta fakta sejarah yang telah di dapatkan, kemudian di tulis menjadi suatu tulisan sejarah yang ilmiah.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdapat di dalamnya lima bab bagian. Bab I yang di dalamnya berisikan pendahuluan yang terdapat latar belakang masalah, Batasan dan rumusan samalah, tujuan dan manfaat penelitian, tujauan Pustaka, kerangka analisis, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Kemudian pada Bab II menjelaskan tentang bagaimana sejarah media *online* di Sumatera Barat. Dalam bab ini di jelaskan mengenai kebijakan media *online* di Sumatera Barat.

Pada bab III ini menjelaskan tentang perkembangan industri media *online* padangmedia.com. penulis menjelaskan bagaimana proses lahirnya industri media *online* Padangmedia dan juga mengenai perkembangan Padangmedia.

Bab IV ini menjelaskan strategi padangmedia.com dalam industri media *online* di Sumatera Barat. penulis disini tentang apa saja strategi yang dilakukan padangmedia.com selama perkembangannya.

Bab V merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dari uraian pada bab-bab sebelumnya. Sehingga informasi yang di dapatkan lebih padat dan jelas.

