

**STRATEGI PENYEBARAN BERITA VIRAL UNTUK MERAH BANYAK
VIEWERS PADA WEBSITE WWW.MANABERITA.COM**



Skripsi

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos.) pada Program Studi Jurusan Jurnalistik**

Disusun Oleh:

Nadia Elrani

NIM 14530075

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
2018**

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal: Persetujuan Ujian Munaqosah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Setelah melakukan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat skripsi saudara Nadia Elrani, NIM 14530075, yang berjudul "STRATEGI PENYEBARAN BERITA VIRAL UNTUK MERAIH BANYAK VIEWERS PADA WEBSITE WWW.MANABERITA.COM", sudah dapat diajukan dalam ujian munaqosah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Demikian dan Terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Palembang, Juli 2018

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Achmad Syarifuddin
NIP. 197311102000031003



Anang Walian, MA., Hum
NIDN. 2005048701

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nadia Elrani
NIM : 14530075
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak *Viewers* pada Website *www.manaberita.com*

Telah di Munaqosyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Hari, Tanggal : Kamis, 30 Agustus 2018

Tempat : Ruang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu pada Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.



Palembang, September 2018

Dekan

Dr. Kusnadi, MA

NIP. 197108192000031002

TIM PENGUJI

Ketua

Manalullaili, M. Ed

NIP. 197204152003122003

Penguji I

Dra. Dalinur M. Nur, MM

NIP. 195704121986032003

Sekretaris

Zhila Jannati, M.Pd

NIP. 199205222018012003

Penguji II

Muzaiyanah, M.Pd

NIP. 197604162007012012

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Elrani
Tempat, Tanggal Lahir : Sumber Mulyo, 25 September 1996
NIM : 14530075
Jurusan : Jurnalistik
Judul Skripsi : Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak *Viewers* pada *Website* www.manaberita.com

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah di diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademis yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



NADIA ELRANI
NIM. 14530075

Motto dan Persembahan

Have Courage and Be Kind

“Miliki Keberanian dan Jadilah Baik”

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

Untuk Ayahanda Tercinta Nandi Sukandi Nata,

“Hatur nuhun kana pang deudeul sinareng du’a. Pangrojong oge perjuangan pikeun kuring dina danget ieu. Hatur nuhun parantos ngajarkeun kana hurip sareng syukur. Hatur nuhun parantos janten bapa nu pangkajojo sareng batur pikeun ngabudalkeun eusi hate kuring.”

Untuk Ibunda Tercinta Maymunah,

“Kulo ngaturaken matursuwun dumateng tresna kaliyan kasih sayang ibunda. Dedonga ingkang sampun jenengan agung-agungaken saben dinten saben bengi kadodos margi kulo tinampi kabegjan. Sepindah malih kulo ngaturaken sinuwun tanpa bates sampun dados ibuk kaliyan rencang paling sae wonten ing gesang kulo ing alam donya.”

Untuk Adikku Tercinta Ade Nur Akbar,

“Terimakasih telah menghibur hari-hariku. Selalu memberi semangat, keceriaan, kebahagiaan dan melindungiku setiap waktu. Semoga adik laki-laki kesayanganku ini bisa melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Aamiin. Salam sayangku juga untuk adik angkatku, Raissa Azka Surya Wijaya dan Haidar Al-Ayyubi Surya Wijaya. Cepatlah besar dan raih mimpi kalian!”

Untukmu Andri Adhitya,

“Terimakasih telah mendampingiku dengan setia, dari 6 tahun lalu sampai sekarang dan semoga sampai seterusnya. Kebanyakan mimpiku tercapai berkat doa dan dukungan darimu jua. Semoga kamu kuat menungguku bosan berpetualang sendirian.”

Dan Untuk Sahabat-sahabatku,

“Intan Nafisah, Fadilla, Nuraini, Nurtini Aprilia, Dewi Kartika Sari, Dian Purnaningsih, Doni Damara, Ica Asmanda, Hendra Ogara Rama Sakti, Aris Oki Farison, rekan-rekan Jurnalis Palembang dan OKU Timur serta Volunteer 18th Asian Games 2018 (Media & Public Relations Department), terimakasih atas dukungannya. I’m nothing without you guys!”

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah kepada hamba-hamba-Nya yang senantiasa bersyukur. Tak lupa shalawat teriring salam kepada sang pembawa kebenaran junjungan nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya.

Berlatarbelakang dari perkembangan internet yang sangat cepat saat ini, telah mempengaruhi segala aspek kehidupan tak terkecuali perkembangan media massa. Manusia tidak lagi mengandalkan media konvensional melainkan lebih memilih mengakses berita melalui *smartphone*. Dan banyaknya media *online* yang hadir menyebabkan seluruh media berlomba-lomba menjadi yang paling eksis.

Pada penelitian ini penulis ingin melihat, strategi apa yang digunakan media *online* Manaberita.com sebagai media ber-*genre* viral di Palembang untuk memperoleh pembaca (*viewers*) sebanyak-banyaknya. Untuk itu penulis memberi judul **“STRETEGI PENYEBARAN BERITA VIRAL UNTUK MERAH BANYAK VIEWERS PADA WEBSITE WWW.MANABERITA.COM”**.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis telah mengerahkan berbagai upaya secara maksimal agar dapat menyelesaikannya secara tepat waktu untuk keberhasilan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) dari Program Studi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Penulis amat menyadari bahwa proses terselesaikannya penelitian ini mendapat bantuan dari berbagai pihak yang telah memfasilitasi, membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis. Untuk itu Penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. M. Sirozi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang atas fasilitas dan dukungan dari peran pendidik terbaik sehingga Insya Allah ilmu yang diberikan bermanfaat.
2. Dr. Kusnadi, M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan dukungan dan kemudahan selama masa perkuliahan dan penulisan skripsi.
3. Dr. Achmad Syarifuddin selaku Pembimbing I dan Anang Walian, MA., Hum. selaku Pembimbing II yang telah mencurahkan waktu, tenaga dan pikiran selama proses pembuatan dan bimbingan skripsi.
4. Sumaina Duku, S.IP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Jurnalistik yang selalu mendorong dan memberikan pengarahannya dengan baik agar cepat terselesaikannya skripsi ini.
5. Yenzal, S.Sos., M.Si. selaku Penasehat Akademik yang selalu memberikan motivasi dan arahan selama penulis menempuh pendidikan.
6. Dosen-dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.

7. Aan Ariadin selaku Pimpinan Redaksi Media *Online* Manaberita.com yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di media *online* Manaberita.com.
8. Ayahanda Nandi Sukandi Nata dan Ibunda Maymunah, serta adikku Ade Nur Akbar atas doa, jasa, kasih sayang, nasehat dan bantuan baik moril maupun materil secara tulus ikhlas.
9. Badan Amil Zakat (BAZNAS Sumsel) dan Yayasan ORBIT Hasrie Ainun Habibie (HAH) yang telah memberikan beasiswa untuk mendukung prestasi selama di perkuliahan.
10. Teman-teman seperjuangan Jurusan Jurnalistik angkatan 2014 dan KKN Kelompok 50 Angkatan 68 Tahun 2018 di Desa Rejodadi Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin atas kebersamaan, dukungan dan pendapat berupa kritik dan saran yang membangun.

Semoga bantuan, semangat dan motivasi yang diberikan dapat menjadi amal ibadah. Dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan kepada penulis.

Penulis,



NADIA ELRANI
NIM 14530075

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
NOTA PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Tinjauan Pustaka	10
E. Kerangka Teori	12
F. Metodologi Penelitian	18
G. Sistematika Penulisan	23
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi	25
1. Pengertian Strategi	25
2. Manajemen Strategi Media <i>Online</i>	26
B. Media <i>Online</i>	27
1. Pengertian Media <i>Online</i>	27
2. Karakteristik Media <i>Online</i>	29
3. Model Komunikasi Media <i>Online</i>	30

4. Jenis-jenis Media <i>Online</i>	31
5. Kredibilitas Media <i>Online</i>	34
6. Prinsip Jurnalistik <i>Online</i>	36
C. Berita Viral	37
1. Pengeritan Berita Viral	37
2. Contoh-contoh Berita Viral	39
D. <i>Viewers</i> Berita	41
1. Pengertian <i>Viewers</i>	41
2. Karakter Pembaca di Media Tradisional	43
3. Pergeseran Tipe Khalayak Pembaca Berita	44
4. Perilaku Membaca di Era Digital	44

BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

A. Identitas dan Sejarah Media <i>Online</i> Manaberita.com	46
B. Struktur Organisasi Media <i>Online</i> Manaberita.com	48
C. Visi Media <i>Online</i> Manaberita.com	51
D. Logo dan <i>Tagline</i> Media <i>Online</i> Manaberita.com	52
E. Materi Pemberitaan Media <i>Online</i> Manaberita.com	54
F. Jumlah Pengunjung Media <i>Online</i> Manaberita.com	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak <i>Viewers</i> pada <i>Website</i> www.manaberita.com.....	58
1. Mengutamakan Kerja Sama Tim dalam Proses Keredaksian	58

2. Menggunakan Judul yang Bombastis	63
3. Melalui Media Sosial	66
B. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak <i>Viewers</i> pada <i>Website</i> www.manaberita.com	81
1. Faktor Pendukung	81
a. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Memadai	81
b. Satu-satunya Media <i>Online</i> di Palembang dengan <i>Genre</i> Viral ...	82
c. Fasilitas Perusahaan	83
d. Penghasilan dari Google AdSense	84
2. Faktor Penghambat	85
a. Gangguan pada <i>Website</i>	85
b. <i>Haters</i>	86
C. Hasil dan Pembahasan	87
1. Peringkat di Alexa (<i>Alexa Rank</i>)	88
2. <i>Endorse</i>	92
3. <i>Repost</i>	93
 BAB V KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	99
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1 struktur Organisasi Manaberita.com	49
Tabel 2 Rubrik Media <i>Online</i> Manaberita.com	54
Tabel 3 Akun Instagram @manaberita	78
Tabel 4 Rekapitulasi Hasi Penelitian	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Media <i>Online</i> Manaberita.com	52
Gambar 2 Logo dan Tagline Media Online Manaberita.com	53
Gambar 3 Tampilan Media <i>Online</i> Manaberita.com	54
Gambar 4 Tampilan Berita Terpopuler Media <i>Online</i> Manaberita.com	56
Gambar 6 Tampilan Alexa Rank Manaberita.com	57
Gambar 7 Tampilan Instagram Manaberita.com	66
Gambar 8 Peringkat Pengguna Instagram Terbesar di Dunia	68
Gambar 9 Tampilan Akun Bisnis Manaberita.com	70
Gambar 10 Contoh <i>Hashtag</i> pada Instagram @manaberita	74
Gambar 11 Contoh <i>Tag</i> Pada @manaberita	75
Gambar 12 Insta Story @manaberita	76
Gambar 13 Alexa <i>Rank</i> Manaberita.com	89
Gambar 14 Contoh <i>Endorsement</i> di Instagram Manaberita.com	92
Gambar 15 <i>Screenshot</i> Acara Pagi-pagi Pasti Happy Trans 7	94
Gambar 16 Akun Instagram OMG Indonesia	94
Gambar 17 Akun Instagram @kabarutama	94

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak Viewers pada Website www.manaberita.com**”, yang didasari pada permasalahan ketatnya persaingan media *online* di era digital. Untuk meningkatkan eksistensi dan memperoleh penghasilan dari Google AdSense, media *online* harus memperoleh jumlah pembaca (*viewers*) sebanyak-banyaknya. Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif yang berupaya menganalisis kehidupan dengan cara menggambarkan dunia sosial dari sudut pandang atau interpretasi individu dalam latar alamiah. Penelitian ini berorientasi pada penelitian lapangan (*field research*) dengan metode pengumpulan data sebagai berikut: metode observasi yaitu secara langsung mengadakan pengamatan ke lokasi penelitian, kemudian melakukan wawancara dengan narasumber (*informan*) yang bersangkutan dan terakhir adalah dokumentasi. Sedangkan sumber-sumber yang di dapat dalam penelitian ini adalah melalui data primer yaitu diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui sumber pertama dan sekunder merupakan data penunjang yang keberadaannya hanya digunakan untuk memperkuat, melengkapi atau mendukung data primer seperti arsip dokumen atau buku. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif yang berlangsung tiga tahap yaitu mereduksi data, kemudian menyajikan data dan terakhir penarikan kesimpulan atau verifikasi. Media *online* www.manaberita.com memiliki beberapa strategi untuk memperoleh banyak *viewers* dari penyebaran berita viral. Strategi-strategi tersebut antara lain: Mengedepankan kerja sama tim dalam proses keredaksian, penggunaan judul yang bombastis di setiap berita viral dan penyebaran berita melalui media sosial yaitu *Instagram* dan *WhatsApp*. Dari strategi tersebut menghasilkan keuntungan untuk media ini seperti mendapat peringkat bagus di *Alexa Rank*, tawaran *endorsement* dan *reposting* berita oleh media massa lain. Adapun faktor pendukung dan penghambat www.manaberita.com dalam menjalankan strategi tersebut, faktor pendukung meliputi Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai, satu-satunya media di Palembang dengan *genre* viral dan fasilitas perusahaan yang baik. Sedangkan faktor penghambat meliputi gangguan pada *website* dan gangguan dari *haters*.

Kata Kunci: Viral, *Viewers*, www.manaberita.com.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran *Interconnection-networking* (internet) di era globalisasi telah berhasil mengubah seluruh aspek kehidupan di dunia mulai dari komunikasi, teknologi, pendidikan, bisnis, hingga sosial kemasyarakatan. Saat ini keberadaan *E-world*, nama lain internet, menjadi sebuah komoditas yang mampu meringankan sistem kerja seseorang atau suatu perusahaan, termasuk dalam mengelola media massa.

Secara harfiah, internet artinya jaringan antarkoneksi yang dipahami sebagai sistem jaringan komputer yang saling terhubung.¹ Internet adalah suatu jaringan internasional dan jaringan yang berciri komersial atau publik. Hasil dari kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) ini menciptakan *platform* teknologi “universal” baru yang dapat digunakan untuk membangun jenis produk baru, jasa, strategi dan organisasi.

Teknologi tersebut membentuk-ulang bagaimana sistem informasi dapat digunakan dalam bisnis dan kehidupan sehari-hari. Internet menyediakan program teknologi yang utama bagi perusahaan berbasis digital.² Selain itu, internet juga diartikan sebagai sistem global yang mengatur tata aturan atau *protocol*

¹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), h. 12.

² Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital Edisi 8*, terj. Erwin Philippus, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 23.

pertukaran informasi di antara berbagai jaringan komputer di seluruh dunia melalui kesatuan yang disebut dengan *world wide network*.³

Kaitannya dengan media massa, internet telah membawa perubahan yang signifikan terhadap kebaruan media (*new media*). *New media* adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, komputer atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Menurut Flew, *new media* dianggap sah apabila dalam karakternya terdapat konvergensi.

International Telecommunication Union (ITU) (2006) mendefinisikan konvergensi media sebagai kemampuan jaringan-jaringan yang berbeda untuk mengantarkan jenis layanan yang sama, seperti melalui protokol internet.⁴ Media yang sudah mengalami konvergensi mempunyai sifat interaktif dan tidak mengenal lagi batas-batas wilayah negara.⁵

Konvergensi juga menyebabkan media baru menyatukan media-media yang sudah muncul sebelumnya, seperti media cetak dan elektronik (media konvensional). Manifestasi dari konvergensi ini menurut Flew ditemukan dalam internet. Konsep internet inilah yang kemudian dipahami sebagai media baru dalam sebuah tulisan dan sebagai penanda munculnya jurnalisme *online* (*online journalism*).

³ Alo Liliweri, *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 415.

⁴ Tim Mercu Buana, *The Repotition of Communication In The Dynamic of Convergence: Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2012) h. vi.

⁵ Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 33.

Jurnalisme *online* yaitu proses peliputan, penulisan dan penyebarluasan informasi melalui internet. Sedangkan produknya dinamakan sebagai media *online*. Saat ini sudah banyak istilah yang mewakili media *online* diantaranya media siber (*cyber media*), media internet (*internet media*), media baru (*new media*) dan media digital (*digital media*).

Tonggak sejarah kelahiran jurnalistik *online* yaitu pada tanggal 17 Januari 1998 ketika Mark Druge mempublikasikan sebuah kisah perselingkuhan Presiden Amerika Serikat, Bill Clinton dengan Monica Lewinsky (Monicagate) di *website* Drudge Report. Pemuatan cerita mereka di internet lantaran Majalah Newsweek menolak memuat kisah skandal seks hasil investigasi Michael Isikoff itu. Akhirnya semua orang yang mengakses internet mengetahui cerita Monicagate yang disebut dengan “Monica skandal” dan “Sexgate”.⁶

Kemunculan jurnalisme *online* di Indonesia sendiri diawali dengan berita runtuhnya era Orde Baru (Orba) Soeharto yang saat itu mengundurkan diri pada 21 Mei 1998. Berita lengsernya kepemimpinan Soeharto tersebut menyebar melalui *mailing list (milst)* yang sudah dikenal luas oleh kalangan aktivis demokrasi dan mahasiswa.

Catatan tentang media pertama yang hadir di internet yaitu Republika *Online* (www.republika.co.id) yang tayang perdana pada 17 Agustus 1994, tepat setahun setelah Harian Republika terbit. Berikutnya pada 1996 awak Tempo

⁶ Romli, *Op. Cit.*, h. 19.

mendirikan www.tempointeraktif.com (sekarang www.tempo.co) setelah sebelumnya mengalami pembreidelan pada rezim Orba tahun 1994.

Bisnis Indonesia juga meluncurkan situsnya pada 2 September 1996. Setahun kemudian, Harian Waspada di Sumatera Utara meluncurkan Waspada *Online* (www.waspada.co.id) pada 11 Juli 1997. Tak berselang lama setelah Waspada *Online*, pada 22 Agustus 1997 giliran Kompas *Online* memperkenalkan situsnya yaitu www.kompas.com.⁷

Umumnya media *online* di atas hanya memindahkan terbitannya dari cetak ke internet yang kemudian disebut sebagai media *online* statis. Namun pada 9 Juli 1998, www.detik.com hadir sebagai pelopor media *online* yang mandiri, dimana ia berdiri sendiri tanpa adanya media cetak sebagai pendukungnya. Detik menyodorkan gaya baru yang lebih ringkas (*to the point*) dalam memuat berita dan menyesuaikan dengan era globalisasi yang menuntut sebuah kecepatan.

Berkat media-media tersebut kini media *online* di Indonesia sudah menjamur, baik yang berdiri secara resmi dengan bernaung di bawah suatu perseroan maupun hanya milik perseorangan. Menurut Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo pada Juli 2017, “Ada 47.000 media di Indonesia dan 44.300 di antaranya merupakan media *online*.”⁸

⁷ J. Heru Margianto dan Asep Syaefullah, *Media Online: Pembaca, Laba dan Etika*, (Jakarta: AJI Indonesia, 2012), h. 15.

⁸ <https://m.liputan6.com/amp/3023298/dewan-pers-dan-47-ribu-media-di-indonesia> (diakses pada 11 November 2017 pukul 17:47 WIB).

Ada banyak media *online* baik yang sifatnya statis maupun mandiri yang tersebar khususnya di Kota Palembang. Media yang bersifat statis antara lain: www.sumeks.co.id (Harian Sumatera Ekspres), www.palembang.tribunnews.com (Harian Sriwijaya Post), www.palembang-pos.com (Harian Palembang Post), www.palpres.com (Harian Palembang Ekspres), www.beritapagi.co.id (Harian Berita Pagi) dan www.koransn.com (Koran Suara Nusantara).

Media *online* mandiri di Palembang antara lain: www.radarpalembang.com, www.korananda.com, www.penasumatera.co.id, m.antaranews.com, www.sumselpostonline.com, www.maklumatnews.com, www.korankito.com, www.sumateradeadline.com, www.detak-palembang.com, www.globalplanet.news, www.newshanter.com, www.kabarsumatera.com, www.detiksumsel.com, www.rmolsumsel.com, www.manaberita.com dan lain-lain.

Terkait pemberitaan pada sebuah media baik cetak, elektronik maupun *online*, ketiganya selalu menyajikan peristiwa hangat yang tengah terjadi di masyarakat atau berita berbentuk *feature* yang sifatnya tidak basi (*timeless*). Namun di era dengan perkembangan komunikasi yang lebih modern ini, muncul *genre* berita baru dengan suguhan informasi yang lebih menarik, yaitu berita viral.

Kata “viral” sendiri merupakan istilah baru di dunia maya (*cyberspace*) yang menggambarkan penyebaran sebuah informasi melalui media *online* yang tersebar dengan cepat sehingga membuatnya populer dan menjadi perbincangan

khalayak.⁹ Dalam artian, bukan hanya berita-berita peristiwa saja yang dimuat namun juga sengaja mengangkat sebuah cerita yang saat itu tengah menjadi perbincangan di dunia maya.

Contoh berita viral di Indonesia adalah kasus dugaan korupsi proyek E-KTP Setya Novanto. Hukum dan masyarakat seperti telah dipertunjukkan oleh Ketua DPR sekaligus Ketua Umum Partai Golkar ini. Saat dipanggil Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) untuk melakukan penyelidikan, Setnov selalu mengelak dan berbelit-belit. Terbukti ketika dirinya tiba-tiba sakit saat mendapat panggilan dan kemudian sembuh saat dibebaskan dari statusnya sebagai tersangka.

Setnov kembali menghilang saat menjadi tersangka kembali dan ditemukan dalam keadaan kecelakaan menabrak tiang listrik. Kedua hal tersebut tidak membuat masyarakat terutama netizen bersimpati. Malah mereka mempertanyakan kejanggalan-kejanggalan saat Setnov sakit dan kecelakaan sehingga muncul *meme-meme* kocak di media sosial yang menyindir sikap pengecut Setya Novanto.¹⁰

Berita lain yang juga sempat viral adalah ketika artis Rina Nose memutuskan untuk menanggalkan jilbabnya. Kabar ini sempat menggemparkan dunia hiburan dan masyarakat khususnya yang beragama Islam. Terlebih ketika

⁹ www.sumberpengertian.com/pengertian-viral/amp (diakses pada 11 November 2017 pukul 10:05 WIB).

¹⁰ manaberita.com/2017/11/menghilang-seharian-ternyata-setya-novanto-kecelakaan/ (diakses pada 14 November 2017 pukul 10:15 WIB).

alasanya yang dianggap seperti meragukan agama yang dianutnya. Saat ini pun banyak masyarakat yang hilang kepedulian terhadap Rina, termasuk para *fans* yang tadinya cinta akhirnya kecewa terhadap keputusannya itu.¹¹

Melihat fenomena berita yang penyebarannya begitu cepat sampai ke masyarakat, hal yang paling dekat mempengaruhi adalah keunikan berita dan jumlah pembaca (*viewers*). Berita akan semakin viral jika terus di *blow up* di media sosial karena yang menjadi tren saat ini adalah 3S, *Social* (sosial), *Share* (membagikan) dan *Speed* (kecepatan).

Peneliti lebih tertarik meneliti media *online* www.manaberita.com karena telah memenuhi unsur-unsur di atas. Idealnya media *online* tersebut sudah mempublikasikan informasi yang sesuai dengan karakteristik berita pada umumnya dan sesuai dengan kebutuhan pembaca. Bahkan saat ini www.manaberita.com tergolong cepat dalam menguasai pasaran (pembaca/*viewers*).

Menurut survei Alexa (www.alexa.com) yaitu *website* yang menyediakan sarana untuk mendapatkan informasi tentang peringkat/ rangking sebuah situs, tercatat pada 08 Februari 2018 www.manaberita.com berada di urutan ke 739.880 dunia, peringkat 10.756 di Indonesia dan berada di posisi kedua di Palembang setelah sumeks.co.id.¹² Peringkat tersebut didapatkan karena *traffic web*

¹¹ manaberita.com/2017/11/rina-nose-lepas-hijab-ada-apa/ (diakses pada 14 November 2017 pukul 10:15 WIB).

¹² <https://www.alexa.com/siteinfo/manaberita.com> (diakses pada 8 Februari 2018 pukul 22:56 WIB).

www.manaberita.com konsisten dengan jumlah pengunjung *web* dan *viewers* berita yang meningkat setiap harinya.

Namun karena usia www.manaberita.com yang tergolong masih muda, maka media *online* tersebut masih harus berusaha lebih keras lagi agar dapat mengejar popularitas tanpa mengesampingkan pedoman jurnalistik yaitu UU Pers Nomor 40 Tahun 1999 dan Kode Etik Jurnalistik (KEJ), sehingga nanti mampu menyematkan namanya pada mesin pencarian (*search engine*) terbesar yaitu Google dengan posisi paling atas dan bisa bekerja sama dengan Google AdSense untuk meraup keuntungan.

Merujuk pada uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas tentang bagaimana strategi yang digunakan media *online* www.manaberita.com agar dapat mencapai target yang diharapkan. Untuk mendapat jawaban bagi permasalahan tersebut maka perlu dilakukan penelitian ilmiah dengan judul: **“Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak Viewers Pada Website www.manaberita.com”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis dapat menarik dua rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana strategi penyebaran berita viral agar dapat meraih banyak *viewers* pada media *online* www.manaberita.com?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam penyebaran berita viral pada media *online* www.manaberita.com?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi www.manaberita.com dalam menyebarkan berita viral sehingga bisa meraih banyak *viewers*.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam proses penyebaran berita viral tersebut.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Teoretis

Dapat menjadi pengetahuan dan bahan referensi berguna dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang jurnalistik *online*.

2. Praktis

a. Bagi pembaca, dapat mengetahui strategi yang digunakan media *online* www.manaberita.com dalam menyebarkan berita viral untuk meraih pembaca sebanyak-banyaknya, serta mampu memahami kondisi terhadap media *online* yang tengah merintis kesuksesan.

b. Bagi pengelola media, dapat dijadikan bahan rujukan dan sumbangsih pemikiran untuk mengelola media khususnya media *online*.

c. Bagi universitas, dapat dijadikan referensi bagi akademisi dalam studi lanjutan mengungkapkan aspek yang berkaitan dengan strategi penyebaran berita viral untuk meraih *viewers* sebanyak-banyaknya pada *website* www.manaberita.com.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan penelusuran pustaka, penulis menemukan beberapa hasil penelitian yang terkait dengan permasalahan ini dan memiliki perbedaan fokus penelitian, diantaranya:

Syahrina Mutmainnah dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dengan penelitiannya berjudul “*Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.com*”. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap media tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa selama ini strategi yang dilakukan *www.fajaronline.com* ditopang oleh tiga hal yaitu strategi dalam pemilihan isu yang diefektifkan pada pemilihan *angle*, strategi penempatan isu yang difokuskan pada dua hal yaitu isu penting dan menarik dan strategi pengembangan pemberitaan dengan memadukan berita konvensional dan *follow up news*.

Sedangkan strategi yang dilakukan redaksi *fajaronline.com* untuk menjaga keakuratan berita terkait kecepatan berita *online* yaitu dengan mengingatkan wartawan akan keakurasian berita, menyingkat berita langsung pada intinya, memanfaatkan *share* ke media sosial dan memberikan poin kepada wartawan untuk berita yang populer.¹³

Penelitian selanjutnya oleh Alfiana Nengsi Amrin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin yang telah menyelesaikan

¹³ Syahrina Mutmainnah. 2016. “Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.com”. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

penelitiannya yang berjudul “*Strategi Koran Radar Selatan dalam Mempertahankan Pelanggan di Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagai koran penyalur aspirasi masyarakat Sulawesi Selatan, Koran Radar Selatan telah menerobos masuk hingga ke pelosok desa wilayah peredarannya. Strateginya lebih mengutamakan pada penyajian berita-berita lokal tanpa mengabaikan berita-berita regional, nasional dan internasional.¹⁴

Satria Sakti dari UIN Alauddin Makassar dengan penelitiannya yang berjudul “*Strategi Portal Berita Tribun Timur.com dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak*”. Hasil penelitian ini adalah Penelitian ini fokus pada interaksi komunikasi massa yang sifatnya satu arah antar media massa (portal berita www.tribuntimur.com) kepada khalayak yang meliputi teknik peliputan dan penyajian informasi pada portal www.tribuntimur.com. pemberitaan pada portal berita *online* www.tribuntimur.com cukup kredibel. Pengelolaan *website* berita yang profesional, teknik peliputan dan penyajian berita memiliki gaya tersendiri dengan menentukan akurasi, kecepatan pemberitaan, dan responsif oleh www.tribuntimur.com relatif terpenuhi.¹⁵

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan ketiga penelitian di atas yaitu sama-sama meneliti sebuah strategi dalam perusahaan media untuk

¹⁴ Alfiana Nengsi Amrin. 2017. “Strategi Koran Radar Selatan dalam Mempertahankan Pelanggan di Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin.

¹⁵ Satria Sakti. 2014. “Strategi Portal Berita Tribun Timur.com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak”. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

peningkatan salah satu aspek penting kerja dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan yang menjadi pembeda adalah objek dan lokasi penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus adalah strategi media *online* www.manaberita.com dalam menyebarkan berita-berita viral untuk memperoleh pembaca sebanyak-banyaknya.

E. Kerangka Teori

1. Strategi

Setiap ahli memiliki definisi sesuai versinya mengenai suatu pengertian. Begitu pula ketika mereka memandang sebuah strategi berdasarkan sudut pandangnya masing-masing.

Menurut Sondang P. Siagaan, “Strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya dan organisasi bisnis pada khususnya adalah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan sebagai sasaran organisasi yang bersangkutan.”¹⁶

Senada dengan pendapat tersebut, James Brian Quinn mengatakan, “*a strategy is the pattern or plan that integrates an organization’s major goals, policies and action sequences into a cohesive whole.*” (strategi adalah pola atau rencana yang terintegrasi dengan tujuan utama, kebijakan dan rangkaian tindakan sebuah organisasi hingga keseluruhan secara kompak).¹⁷

¹⁶ Amrin, *Op. Cit.*, h. 13.

¹⁷ *Ibid*, h. 14.

Strategi dalam sebuah perusahaan disebut sebagai rencana permainan manajemen untuk mengembangkan bisnis, mengintai posisi pasar, menarik dan menyenangkan pelanggan, bersaing dengan sukses, melakukan operasi dan mencapai objektivitas yang ditargetkan.¹⁸ Hal tersebut berarti berorientasi pada keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan proyek serta pencapaian target terhadap suatu pekerjaan.

Begitu juga dengan perusahaan media *online* yang menerapkan strategi khusus untuk memenangkan sebuah berita, salah satu alat untuk menaikkan ranking atau popularitas yaitu dengan membandingkan jumlah *wiewers* berita di medianya sendiri dengan media *online* lainnya.

2. Media *Online*

Media *online* atau yang disebut dengan media siber (*cyber media*) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs *web* (*website*) internet. Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.¹⁹

Media siber bisa dikatakan sebagai media ‘generasi ketiga’ setelah media cetak dan elektronik. Dalam perspektif studi media atau komunikasi

¹⁸ Arthur A. Thompson, et. al., *Strategy: Core Concepts, Analytical Tools, Readings*, (New York: McGraw-Hill/Irwin, 2006) h. 3.

¹⁹ Romli, *Op.Cit.*, h. 30.

massa, media *online* menjadi objek kajian teori media baru (*new media*), yaitu istilah yang merujuk pada permintaan akses ke konten kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik penggunaan interaktif, partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi *real-time*.

Mark Poster dalam bukunya yang berjudul *The Second Media Age* tahun 1990 seperti yang dikutip Muhammad Rifefan, menampakan dua pandangan yang dominan tentang perbedaan antara era media pertama dengan penekanannya pada penyiaran dan era media kedua dengan penekanannya pada jaringan. Pandangannya tersebut benar-benar terjadi dan kini setiap orang saling terhubung baik kepada rekannya ataupun kepada informasi yang tersedia di media *online*.²⁰

Begitu pula dengan Paul Levinson dalam bukunya yang berjudul *New Media* menyebutkan ada beberapa layanan yang dapat dikategorikan dalam media *online*, setidaknya ada tiga dalam pokok bahasan ini antara lain:

- 1) *Website* atau situs *online* yang menyediakan berbagai macam berita dalam satu tempat yang terdiri dari beberapa halaman.
- 2) Media sosial yang meliputi Facebook, Twitter dan sebagainya yang memberikan keleluasaan pada penggunanya untuk berbagi informasi pribadi dan melakukan percakapan.

²⁰Muhamad Rifefan. 2014. "Penggunaan Media Online dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis". Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. h.13.

- 3) Youtube sebuah *platform* yang memungkinkan penggunaanya dapat mengunggah video dan kemudian pengguna lainnya dapat menikmatinya pula secara *streaming*.²¹

Media *online* bisa diklasifikasikan menjadi lima kategori antara lain:

- 1) Surat kabar berupa “edisi *online*” dari media cetak surat kabar atau majalah seperti kompas cybermedia, seputar-indonesia.com, dan lain-lain.
- 2) Situs berita berupa “edisi *online*” media penyiaran radio, seperti Radio Australia (radioaustralia.net.au) dan Radio Nederland (rnw.nl).
- 3) Situs berita berupa “edisi *online*” media penyiaran televisi seperti CNN.com, metrotvnews.com dan liputan6.com.
- 4) Situs berita *online* “murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti antaranews.com dan detik.com.
- 5) Situs “indeks berita” yang hanya memuat *link-link* berita dari situs berita lain seperti Yahoo! News, NewsNow dan Google News layanan kompilasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media *online*.²²

3. Berita Viral

Berita adalah peristiwa faktual yang penting dan menarik.²³ Berita merupakan cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang

²¹ *Ibid*, h. 14.

²² Romli, *Op. Cit.*, h. 32.

²³ Tom E. Rolnicki dkk, *Pengantar Dasar Jurnalisme: Scholastic Journalism*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), h. 1.

hangat.²⁴ Berita juga berarti informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, internet atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Namun bukan peristiwa baru saja yang mejadi berita di media, ada juga berita-berita *timeless* serta berita yang memiliki sifat mempengaruhi khalayak.

Kata “viral” digunakan untuk menyebut sesuatu yang menyebar dengan cepat di internet. Sebuah gambar, artikel atau blog yang dibagikan secara masif oleh orang banyak disebut dengan viral (“virus” dan “virtual”). Kata viral sendiri berasal dari bahasa Inggris. Dalam catatan *Etymologi Online Dictionary*, kata ini sudah muncul sejak tahun 1944 yang memiliki arti “segala sesuatu yang berkaitan dengan virus”.

Virus adalah istilah dari bidang kedokteran untuk menyebut mikroorganisme yang tidak dapat dilihat dengan mata telanjang dan bekerja sebagai penyebar penyakit tertentu.²⁵ Kata virus belakangan juga digunakan untuk menyebut *software* jahat (ilegal) yang dimasukkan dalam sistem komputer melalui jaringan atau disket sehingga penyebar dan dapat merusak program yang ada.

Sedangkan istilah “virtual” yang memiliki arti penyebar informasi atau komunikasi melalui internet. Terdapat kesamaan esensial antara kata virus dan

²⁴ <https://www.google.co.id/amp/s/kbbi.web.id/berita.html> (diakses pada 13 Desember 2017 pukul 23:18 WIB).

²⁵ Rahmat Petuguran, portalsemarang.com/makna-kata-viral-meme-hoax/ (diakses pada 11 Desember 2017 pukul 20:53 WIB).

virtual. Keduanya digunakan untuk menyebut sesuatu yang lekas menyebar. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi V, viral diartikan sebagai “bersifat menyebar luas dan cepat seperti virus”. Sehingga berita viral bisa diartikan sebagai informasi yang cepat menyebar luas di internet.

4. *Viewers* (Pembaca)

Istilah untuk menyebut pembaca berita di media *online* dan media sosial adalah *viewers*, netizen atau warganet. Netizen didefinisikan sebagai warga internet (warganet) sebab kata tersebut merupakan akronim dari internet dan *citizen*. Pada pertengahan 1990-an, salah satu pelopor internet sekaligus pelopor istilah netizen, Michael F. Hauben mengungkapkan idenya tentang para pengguna internet dituliskannya “*The Net and Netiens: The Impact The Net Has on People’s Lives*”. Di paragraf pertamanya tertulis:

Selamat datang di abad ke-21. Anda adalah seorang netizen (Seorang penduduk Net) dan anda hadir sebagai warga dunia ini, semua karena konektivitas global yang bisa diwujudkan oleh Net. Anda memandang semua orang sebagai warga senegara anda. Secara fisik mungkin anda sedang hidup di satu negara, tapi anda sedang berhubungan dengan sebagian besar dunia melalui jaringan komputer global. Secara virtual, anda hidup bersebelahan dengan setiap netizen di seluruh dunia. Perpisahan secara geografis sekarang diganti dengan keberadaan di dunia virtual yang sama.²⁶

Atas dasar itu, kehadiran berita *online* membuat masyarakat yang tadinya sebagai pembaca, pendengar dan penonton media massa konvensional

²⁶ Ihya R. ‘Azzam, https://www.kompasiana.com/irazzam/netizen-itu-apa-sih-apa-peran-mereka_ (diakses pada 11 Desember 2017 pukul 21:26 WIB).

(cetak dan elektronik) beralih menjadi seorang netizen sekaligus *viewers* yang mengonsumsi berita-berita melalui media *online* atau media sosial.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh global GFK dan Indonesian Digital Association (IDA) di lima kota besar di Indonesia sepanjang tahun 2015, presentase konsumsi berita melalui *online* mencapai 96 persen, surat kabar 3 persen dan radio sebesar 15 persen.²⁷

F. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di media yang bernaung di bawah PT. Tri Tunggal Media yaitu media *online* www.manaberita.com yang berada di Jalan Madang No. 25, Kelurahan Sekip Jaya, Kecamatan Kemuning, Kota Palembang.

2. Jenis dan Sumber Penelitian

a. Jenis Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan dikaji peneliti, maka jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya menganalisis kehidupan sosial dengan cara menggambarkan dunia sosial dari sudut pandang atau interpretasi individu (informan) dalam latar alamiah. Dengan kata lain,

²⁷ Dedy Afrianto, <https://economy.okezone.com/read/2016/03/16/320/1337230/96-masyarakat-indonesia-konsumsi-berita-online#lastread> (diakses pada 11 Desember 2017 pukul 22:07 WIB).

penelitian kualitatif berupaya menjelaskan bagaimana seorang individu melihat, menggambarkan atau memaknai sosialnya.²⁸

Penelitian ini berorientasi pada penelitian lapangan (*field research*), yaitu secara langsung mengadakan pengamatan, peneliti terjun langsung untuk memperoleh informasi yang diberikan.²⁹ Penelitian lapangan juga dapat dianggap sebagai bentuk pendekatan yang luas untuk penelitian kualitatif atau metode pengumpulan data kualitatif. Ide penting penelitian ini adalah bahwa peneliti masuk “ke lapangan” untuk mengamati fenomena dalam keadaan alami atau *in situ*.³⁰

b. Sumber Data

Pada penelitian kualitatif data diperoleh melalui dua sumber yaitu data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

Data primer didefinisikan sebagai sekumpulan informasi yang diperoleh peneliti langsung dari lokasi penelitian melalui sumber pertama (responden atau informan melalui wawancara) atau melalui hasil pengamatan yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Data primer merupakan data utama yang digunakan peneliti untuk memperoleh jawaban atas masalah penelitian yang sedang dikaji. Dalam hal ini

²⁸ Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Sosial: Konsep-konsep Kunci*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 212.

²⁹ Indrayanto, *Metodologi Penelitian Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. (Palembang: CV. Amanah, 2017), h. 24.

³⁰ Martono, *Op. Cit.*, h. 217.

yang menjadi informan adalah redaktur, staff/admin, wartawan, tim *cyber* dan *Maintenance Website*.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penunjang yang keberadaannya hanya digunakan untuk memperkuat, melengkapi atau mendukung data primer. Sumber data sekunder berasal dari berbagai teori dan informasi yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya yaitu buku dan referensi yang terkait dengan judul penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Poerwandari berpendapat bahwa observasi adalah metode yang paling dasar dan paling tua karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dan selalu dilibatkan dalam proses mengamati. Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan memperhatikan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut. Observasi dalam rangka penelitian kualitatif harus dalam konteks ilmiah (*naturalistik*).³¹

Teknik penelitian yang dilakukan ialah observasi tidak langsung (*non participant observation*), dimana penelitian ini tidak melibatkan peneliti dalam kegiatan orang yang menjadi sasaran penelitian selain hanya mengamati aktivitas sasaran penelitian. Pengamatan dalam

³¹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 143.

penelitian ini difokuskan pada strategi penyebaran berita viral pada *website* www.manaberita.com untuk mendapatkan *viewers* sebanyak-banyaknya serta faktor pendukung dan penghambat di tengah persaingan media *online* saat ini.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dengan dua orang atau lebih secara bertatap muka mendengarkan langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.³² Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terpimpin atau wawancara terencana-terstruktur.

Wawancara terencana-terstruktur adalah bentuk wawancara dimana peneliti menyusun secara terperinci dan sistematis rencana atau pedoman pertanyaan menurut pola tertentu dengan menggunakan format yang baku. Peneliti hanya membacakan pertanyaan yang telah disusun kemudian mencatat jawaban dari narasumber secara tepat.³³

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan

³² Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), h. 83.

³³ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2014), h. 376.

dengan masalah penelitian.³⁴ Pada intinya metode dokumentasi terbagi menjadi beberapa macam yaitu: otobiografi, surat-surat pribadi, foto, artefak, *tape*, kliping, dokumen pemerintah, *flashdisk* dan data yang tersimpan di *website*.³⁵

Dokumentasi (studi dokumenter) dalam penelitian ini bersumber dari dokumen harian media *online* www.manaberita.com yang terkait dengan pemberitaan pada *website* tersebut ataupun arsip lainnya serta pencatatan pengunjung pada media sosial resmi www.manaberita.com.

4. Metode Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman seperti dikutip Morissan menjelaskan secara umum proses analisis data kualitatif melibatkan empat proses penting. Keempat tahapan penting tersebut adalah: 1) reduksi data (*data reduction*), 2) penyajian data (*data display*), 3) penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*), dan 4) verifikasi.³⁶

Tahap pertama adalah mereduksi data (*data reduction*) yang dimaknai sebagai proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakkan dan perubahan data kasar yang muncul dari catatan tertulis yang dihasilkan ketika berada di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus. Mereduksi data berarti

³⁴ Martono, *Op. Cit.*, h. 80.

³⁵ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 125.

³⁶ Morissan, *Metodologi Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 27.

membuat rangkuman, memilih hal-hal yang pokok dan penting yang bersifat kesan pribadi dan kesan-kesan pribadi itu dieliminasi dari proses analisis.³⁷

Kedua yaitu penyajian data (*data display*). Penyajian data adalah aktivitas menyajikan data hasil penelitian sehingga memungkinkan peneliti mengambil kesimpulan sementara dan dapat merencanakan tindakan berikutnya bila ternyata masih terdapat data yang tidak lengkap, perlu klarifikasi atau sama sekali belum diperoleh.

Selanjutnya adalah penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*) atau verifikasi yang merupakan aktivitas merumuskan simpulan berdasarkan dua aktivitas sebelumnya. Simpulan ini dapat berupa simpulan sementara maupun simpulan akhir (*final*) tergantung pada kekuatan bukti-bukti pendukung pada tahap pengumpulan data. Proses pengumpulan bukti inilah yang merupakan tahap verifikasi data.

G. Sistematika Penulisan

Guna memudahkan pembahasan ini, penulis membaginya dalam lima bab yaitu:

BAB I : Berisi pendahuluan yang meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, batasan masalah, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

³⁷ Mohammad Ali, *Memahami Riset Perilaku dan Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 440.

- BAB II : Landasan teori yang berisi tentang pengertian strategi, media *online* dan penyebaran berita viral untuk mendapat banyak *viewers*.
- BAB III : Berisi deskripsi wilayah penelitian meliputi sejarah berdirinya media *online* www.manaberita.com, letak geografis, visi dan misi, struktur organisasi media *online* www.manaberita.com, keadaan sarana dan prasarana, serta staff dan karyawan.
- BAB IV : Merupakan hasil penelitian dan pembahasan, antara lain: mengungkapkan, menjelaskan dan membahas hasil penelitian, menganalisis hasil penelitian, memberikan jawaban serta solusi yang mengacu pada tujuan penelitian.
- BAB V : Bagian penutup berisi kesimpulan yang menyatakan hasil dari penelitian, saran-saran dari penulis dan lampiran.



BAB II
LANDASAN TEORI
STRATEGI PENYEBARAN BERITA VIRAL UNTUK MERAH BANYAK
VIEWERS

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Menurut *Oxford Learner's Pocket Dictionary Fourth Edition*, *Strategy is planning, especially the movement of armies in war* (strategi adalah perencanaan, khususnya pergerakan pasukan dalam perang).³⁸ Begitu pula dalam *The American Heritage Dictionary online*, *strategy is the science of art military comand as applied to overall planning and conduct of large-scale combat oprations* (strategi adalah ilmu pengetahuan atau seni komando militer yang diberlakukan dalam perencanaan menyeluruh dan melakukan operasi pertempuran yang berskala luas).³⁹

Kata “strategi” sendiri dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* adalah taktik atau rencana, langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis dalam perang.⁴⁰ Namun kini konsep strategi yang semula diterapkan dalam kemiliteran dan dunia politik, kemudian banyak diterapkan pula dalam bidang manajemen, dunia usaha, pengadilan dan pendidikan.

³⁸ Oxford University, *Oxford Learner's Pocket Dictionary*, (United Kingdom: Oxford University Press, 2008), h. 439.

³⁹ The American Heritage Dictionary Blog, <http://ahdictionary.com/word/search.html> (diakses pada 30 April 2018 pukul 07:46 WIB).

⁴⁰ Risa Agustin, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Serba Jaya, 2010), h. 574.

Berkaitan dengan sebuah perusahaan, Strickland mengatakan “Strategi adalah sebuah bauran yang terdiri dari: (1) tindakan-tindakan yang dilaksanakan secara sadar, dan yang ditujukan ke arah sasaran-sasaran tertentu; (2) Tindakan-tindakan yang diperlukan guna menghadapi perkembangan-perkembangan yang tidak diantisipasi dan karena tekanan-tekanan kompetitif yang dilancarkan.”⁴¹

Berdasarkan beberapa definisi di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah siasat yang digunakan untuk mencapai target yang diinginkan. Oleh sebab itu, praktik dalam menjalankan sebuah strategi di instansi maupun organisasi diperlukan sebuah perencanaan.

2. Manajemen Strategi Media *Online*

Perencanaan strategi adalah proses mengidentifikasi masalah yang dapat dipecahkan dengan komunikasi pemasaran, kemudian menentukan tujuan atau sasaran (apa yang ingin dicapai), menentukan strategi (bagaimana mencapai tujuan), dan mengimplementasikan taktik (aksi untuk menjalankan rencana).⁴²

Media *online* yang merupakan sebuah perusahaan media massa tentu memiliki strategi-strategi khusus untuk menjalankan roda perusahaannya. Salah satu strategi yang paling digencarkan adalah dalam hal publisitas atau penyebaran berita melalui teknik *share* (membagikan). Publisitas adalah

⁴¹ J. Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 106.

⁴² Sandra Moriarty, *et.al.*, *Advertising*, terj. Triwibowo B.S., (Jakarta: Kencana, 2011), h. 234.

informasi yang disediakan oleh sumber luar yang digunakan oleh media karena informasi itu memiliki nilai berita.⁴³

Ketika berita sudah di publikasikan, maka strategi *share* yang bagus menjadi senjata bagi media *online* untuk mendapatkan pembaca (*viewers*). Hal ini menjadi sangat penting karena akan berdampak pada perolehan peringkat dan eksistensi media *online* tersebut baik di tingkat nasional maupun internasional. Seperti yang dilakukan media *online* www.manaberita.com saat ini.

Saat menjalankan strateginya, media *online* www.manaberita.com menggunakan sistem kerja tim (*team work*). Menurut Andrew Carnegie dalam buku *Leadership dan Teamworking*, “Kerja sama tim ialah kemampuan bekerja sama mencapai visi bersama, kemampuan mengarahkan pencapaian individual terhadap tujuan organisasi dan merupakan bahan bakar yang memungkinkan orang biasa mencapai hasil yang luar biasa.”⁴⁴

B. Media Online

1. Pengertian Media Online

Media dapat diartikan sebagai saluran atau alat, sedangkan *online* merupakan istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet. Media *online* yaitu media internet seperti *website*, *blog*, dan lainnya yang terbit atau tayang di

⁴³ Scott M. Cutlip, *et.al.*, *Effective Public Relations*, terj. Tri Wibowo, B.S., (Jakarta: Kencana, 2006), h. 12.

⁴⁴ Kaswan, *Leadership dan Teamworking*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 46.

dunia maya dan dapat dibaca serta dilihat di internet. Secara teknis atau "fisik", media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet).⁴⁵

Keunggulan media *online* adalah informasinya bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. *Up to date* karena media *online* dapat melakukan *upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. *Real time* karena media *online* dapat langsung menyajikan informasi dan peristiwa saat sedang berlangsung dan praktis karena media *online* dapat di akses dimana saja, kapan saja sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet.⁴⁶

Marshall McLuhan dalam buku *Communication Theories* karangan Werner J. Severin dan James W. Tankard mengatakan bahwa media *online* merupakan gagasan baru dalam bermedia. Namun beberapa media baru masih mengikuti pola media lama yaitu dengan memanfaatkan media tradisional sebagai tolak ukur dalam segi isi yang diterapkan di internet.⁴⁷

Jadi media *online* adalah media massa yang hanya dapat diakses melalui jaringan internet, baik yang sifatnya statis (menyesuaikan dengan media lain yang dimiliki) atau mandiri (berdiri sendiri tanpa ada media lain sebagai pendukungnya).

⁴⁵ Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), h.27.

⁴⁶ *Ibid*, h. 32.

⁴⁷ Severin, Werner J. dan James W. Tankard, Jr, *Communication Theories: Origins, Methods & Uses in the Mass Media*, terj. Sugeng Hariyanto, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), h. 458.

2. Karakteristik Media *Online*

Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* identik dengan jurnalistik *online*, yaitu antara lain:

- a. Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/ informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan.
- b. Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- c. Cepat: begitu diposting atau di-*upload* langsung bisa diakses semua orang.
- d. *Update*: pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik atau ejaan.
- e. Kapasitas luas: halaman *web* bisa menampung naskah sangat panjang.
- f. Fleksibilitas: pemuatan dan *editing* naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
- g. Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- h. Interaktif: adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- i. Terdokumentasi: informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui *link*, artikel, arsip dan fasilitas “cari” (*search*).
- j. *Hyperlinked*: terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.⁴⁸

⁴⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuasa Cendekia, 2012), h. 33.

3. Model Komunikasi Media *Online*

Model komunikasi massa yang digunakan dalam media *online* yaitu sirkular/ dua arah (*two way communication*). Menurut Wilbur Schramm dalam buku *Media Now: Understanding media, Culture, and Technology Seventh Edition* karangan Straubhaar, Larose dan Davenport, menjelaskan tentang proses komunikasi yang dikenal dengan penggunaan istilah SMCR yang merupakan kependekan dari *Source, Message, Channel* dan *Receiver*.⁴⁹

Straubhaar dalam penjelasan empat elemen tersebut menambahkan elemen lain seperti *encoding, decoding, umpan balik (feedback),* dan gangguan (*noise*) yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah pada media massa:

- a. *Source* – disebut juga komunikator atau sumber informasi.
- b. *Message* – yaitu pesan atau informasi yang akan disampaikan.
- c. Proses *encoding* – proses menerjemahkan pesan ke dalam bentuk yang dapat dikomunikasikan.
- d. *Channel* – atau saluran komunikasi adalah medium atau sistem transmisi yang digunakan untuk menyampaikan informasi.
- e. Proses *decoding* – proses yang menerjemahkan pesan yang diterima ke dalam bentuk informasi sehingga dapat dimengerti.
- f. *Receiver* – yaitu penerima pesan atau informasi.

⁴⁹ Joseph Straubhaar, *et. al., Media Now: Understanding media, Culture, and Technology Seventh Edition*, (USA: Wadsworth, 2010), h. 17.

- g. Umpan Balik (*Feedback*) – merupakan respon dari penerima pesan yang dapat membentuk dan mengubah pesan berikutnya yang disampaikan oleh komunikator.
- h. Gangguan (*noise*) – didefinisikan sebagai berbagai hal atau apa saja yang dapat mengganggu penyampaian pesan.⁵⁰

Meskipun model media *online* sama dengan media massa tradisional, namun ada perbedaan yang signifikan terutama pada bagian umpan balik (*feedback*). Model komunikasi massa berbasis internet menunjukkan bahwa komunikasi model ini akhirnya menciptakan hubungan dan interaksi antara individu dan organisasi karena *feedback* yang lebih mudah. Fasilitas komentar disediakan sehingga pengunjung dapat berkomentar atas apa yang ditampilkan dalam *website* tersebut.

4. Jenis-jenis Media *Online*

Media *online* atau media siber memiliki jenis sesuai fungsi dan kegunaannya. Jenis-jenis media siber adalah sebagai berikut:

- a. Situs (*Website*)

Website merupakan kumpulan dari halaman-halaman *web* yang saling berhubungan (memiliki *link* atau *hyperlink*) dan memiliki suatu tema tertentu. *Website* menjadi kantor maya bagi sebuah perusahaan

⁵⁰ *Ibid*, 17.

ataupun organisasi. Berkat *web*, sebuah perusahaan atau organisasi dapat meningkatkan *brand image* mereka di mata masyarakat.⁵¹

Situs *web* menawarkan banyak keuntungan dan manfaat. Sebuah situs tidak hanya menghemat waktu dan tempat, tetapi juga biaya. Dewasa ini, situs *web* telah dikelola dengan cara yang jauh lebih kreatif, tidak sekedar informasi tetapi juga didukung berbagai fasilitas lain seperti: tampilan grafis, ruang dialog (*chat room*), suara (*audio*), animasi, video, bahkan transaksi penjualan barang dan jasa secara *online*.⁵²

b. *E-mail*

E-mail atau *Electronic Mail* (surat elektronik) merupakan fasilitas tertua dari semua layanan yang ada di jaringan. E-mail bagaikan surat yang dikirim melalui jaringan internet yang membutuhkan beberapa protokol yang memiliki fungsi berbeda-beda. *Simple Mail Transfer Protocol* (SMTP) bertugas mengirimkan surat melalui internet dan *Post Office Protocol* (POP) bertugas menerima E-mail dari *mail server* (SMTP server).⁵³

c. *Blog*

Weblog atau lebih dikenal dengan istilah *blog* merupakan aplikasi *website website* yang berisi komentar yang secara berkala diperbaharui

⁵¹ Wahana Komputer, *Seri Buku Pintar: Menjadi Administrator Jaringan Komputer*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 178 .

⁵² Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 319.

⁵³ Wahana Komputer, *Op. Cit.*, h. 182.

oleh pemiliknya. Blog dapat berisi macam-macam topik mulai dari *diary* pribadi, agenda politik ataupun program komersial. Blog boleh diisi oleh seorang penulis saja ataupun komunitas besar penulis.⁵⁴

Dalam menggunakan fasilitas *web*, jenis media ini bisa dibagi menjadi dua hal, pertama: kategori *personal homepages*, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net, kedua, dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *web-blog* gratis, misalnya *Wordpress* atau *Blogspot*.

d. Wiki

Wiki merupakan situs yang mengumpulkan artikel maupun berita sesuai dengan kata kunci. Mirip dengan kamus, Wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang kata. Glimor mengutip definisi dari situs *WhatIs.com* menjelaskan, "*A wiki (sometimes spelled Wiki) is server program that allows users to collaborate in forming the content of a web site. With a wiki, any users can edit the site content, including other users contribution, using a regular web browser.*"⁵⁵

Dalam praktiknya materi yang ada di Wiki dikerjakan oleh para pengunjung. Artinya ada kolaborasi atau kerja bersama dari semua pengunjung yang mengisi konten dalam situs ini. Dan setiap pengguna

⁵⁴ *Ibid*, h. 191.

⁵⁵ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 30.

yang memberikan kontribusi bisa melihat kronologis dan historis perubahan yang terjadi di dalam situs itu.

e. Media Sosial

Mieke dan Young mengartikan bahwa media sosial merupakan konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi antar individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Sama halnya dengan van Dijk yang mengatakan, “Media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai mediaum (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai ikatan sosial.”⁵⁶

Secara umum media sosial (*social media*) merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. Misalnya Facebook, Twitter dan Instagram.⁵⁷

5. Kredibilitas Media *Online*

Kredibilitas media *online* kini telah menjadi isu yang tidak pernah basi dalam penelitian komunikasi massa. Melebihi media konvensional, internet kerap memunculkan isu-isu tentang akurasi, keandalan dan kecukupan

⁵⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 11.

⁵⁷ Nasrullah, *Op.Cit.*, h. 25.

informasi. Banyak situs yang menyamakan perbedaan antara isi editorial dengan iklan, yang perbedaannya sudah ditetapkan dan menjadi aturan dasar jurnalisme.⁵⁸

Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI) 2016 menunjukkan pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta dari total populasi penduduk Indonesia yang mencapai 256,2 juta. Sebagian besar penggunanya memanfaatkan media *online* untuk mencari informasi. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) pada Maret 2017 lalu sudah mengumpulkan beberapa ahli untuk membahas kredibilitas media *online* dengan memunculkan *sosial marketing* anti *hoax* karena maraknya berita bohong.⁵⁹

Mengenai kredibilitas informasi *online*, peneliti umumnya menemukan penurunan dari sisi akurasi. Sebagian besar wartawan yang disurvei dalam penelitian *The Pew Research Center* mengatakan bahwa internet telah meningkatkan jumlah informasi yang salah. Arant dan Anderson bahkan menemukan hampir setengah editor media *online* mengaku punya sedikit waktu untuk memverifikasi informasi sebelum berita itu diposting.⁶⁰

⁵⁸ Severin, *Op. Cit.*, h. 457.

⁵⁹ msm.feb.unair.ac.id/index.php/mm-unair-news/162-mempertanyakan-kredibilitas-mediaonline.html (diakses pada 03 Mei 2018 pukul 10:35 WIB).

⁶⁰ Romli, *Op.Cit.*, h. 36.

6. Prinsip Jurnalistik *Online*

Paul Bradshaw dalam buku *Basic Principal of Online Journalism* seperti dikutip Asep Syamsul M. Romli menyebutkan bahwa ada lima prinsip dasar *online* yang disingkat dengan B-A-S-I-C, yakni *Brevity*, *Adaptability*, *Scannability*, *Interactivity*, *Community*, dan *Conversation*.

a. Keringkasan (*Brevity*)

Berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kaidah bahasa jurnalistik KISS, yakni *Keep It Short and Simple*.

b. Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*)

Wartawan *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat keragaman seperti dengan penyediaan format suara (audio), video, gambar dan lain-lain dalam satu berita.

c. Dapat Dipindai (*Scannability*)

Demi memudahkan pembaca, situs-situs terkait dengan jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.

d. Interaktivitas (*Interactivity*)

Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca atau *viewers* dibiarkan untuk menjadi pengguna. Hal ini sangat penting karena semakin pembaca merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.

e. Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*)

Media *online* memiliki peran yang lebih besar daripada media konvensional, yakni sebagai penjaring komunitas. Jurnalis *online* juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atau interaksi yang dilakukan publik tadi.⁶¹

C. Berita Viral

1. Pengertian Berita Viral

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) Edisi V, kata “viral” memiliki arti berkenaan dengan virus dan/ atau bersifat menyebar luas dengan cepat seperti virus.⁶² Begitu juga dalam *Oxford Learner’s Pocket Dictionary Fourth Edition*, kata “viral” memiliki arti virus.⁶³ Merujuk pada ilmu Sains, kata tersebut berhubungan dengan sifat, dampak yang ditimbulkan oleh virus, dan juga sesuatu yang berkaitan dengan virus tersebut.

⁶¹ *Ibid*, h. 13.

⁶² Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) RI. 2016. Aplikasi KBBI.

⁶³ Oxford University, *Oxford Learner’s Pocket Dictionary*, h. 494.

Apabila diterjemahkan dari *Cambridge Dictionary Online*, kata tersebut memiliki 2 makna, yakni “*relating to or caused by a virus* (berkaitan atau disebabkan oleh virus),” dan juga “*used to describe something that quickly becomes very popular or well known by being published on the internet or sent from person to person by email, phone, etc* (digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang ketenarannya sangat cepat atau dikenal dengan penyebaran informasi di internet atau dikirim dari orang ke orang melalui E-mail, telepon dan lain-lain)”.⁶⁴

Viral dalam dunia *marketing* atau pemasaran memiliki arti sebagai sesuatu atau segala metode yang digunakan untuk mengenalkan berbagai produk perusahaan ke masyarakat luas. Contoh viral *marketing* yaitu, misalkan dalam video klip sebuah lagu ada penampakan hantu. Dengan tersebarnya isu tersebut maka masyarakat luas terutama netizen berlomba-lomba untuk menonton video tersebut yang diduga ada hantunya. Sehingga lagu tersebut menjadi terkenal di masyarakat.⁶⁵

Berkaitan dengan media *online* yang berhubungan langsung dengan internet, kata viral di dunia maya ditunjukkan kepada setiap status, gambar, foto, video, dan segala informasi lain yang menyebar dengan cepat dan meluas antar pengguna media sosial (internet). Dari beberapa pengertian di

⁶⁴ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/viral> (diakses pada 03 Mei 2018 pukul 07:56 WIB).

⁶⁵ www.blogbiasa.com/2017/11/apa-itu-arti-viral-pengertian-viral-di.html?m=1 (diakses pada 03 Mei 2018 pukul 08:13 WIB).

atas dapat disimpulkan bahwa berita viral adalah informasi yang cepat menyebar di internet dan cepat pula di ketahui oleh publik (penyebarannya seperti virus).

2. Contoh-contoh Berita Viral

Berikut contoh-contoh berita viral yang pernah terjadi di Sumatera Selatan:

a. Pembunuhan sopir Go Car bernama Tri Widyantoro

Tri Widyantoro merupakan sopir Go Car yang mengantarkan penumpang sejauh 32,7 KM pada 15 Februari 2018 lalu pukul 2 dini hari. Rupanya pesanan atas nama Ali Suhardi merupakan akun kawanannya yang akhirnya membawa lari mobil sekaligus menghabisi nyawa korban.

Setelah dinyatakan hilang selama 55 hari hingga membuat geger keluarga dan Persatuan Gojek Palembang, jasad Tri ditemukan tinggal tulang belulang yang sudah mengering di tengah hutan. Berita ini menjadi viral lagi ketika diketahui pelaku masih berusia di bawah 21 tahun dan menjadi buronan polisi. Mereka adalah Poniman, Bayu, Tyas, dan Hengki yang baru menyelesaikan pendidikan SMA dan salah satunya merupakan mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang.⁶⁶

⁶⁶ *Manaberita.com/2018/03/6-fakta-kasus-pembunuhan-tri-widyantoro-dari-antar-Penumpang-hingga-pulang-tinggal-tulang/* (diakses pada 25 April 2018 pukul 14:30 WIB).

Ada 20 berita yang berkaitan dengan pembunuhan Tri Widyantoro dan pemburuan para pelaku di situs *online* www.manaberita.com dengan total pembaca mencapai 242.389 *viewers*.⁶⁷

- b. Mahasiswa Universitas Bina Dharma yang menghina *driver* ojek *online* (Ojol)

Redi Oktar merupakan mahasiswa Universitas Bina Dharma yang pernah menghina ojek *online* melalui komentarnya di sosial media. Tak terima disebut tidak beretika, ratusan driver Ojol mendatangi kampus tersebut untuk meminta Redi segera meminta maaf kepada mereka.

Meskipun akhirnya Redi meminta maaf di depan massa, para pasukan hijau ini tidak puas dan meminta pihak kampus untuk mengeluarkan mahasiswa tersebut.⁶⁸ Berita ini sangat viral di Palembang pada akhir November 2017 lalu dan memiliki jumlah pembaca sebanyak 27.617 *viewers*.⁶⁹

- c. Video Pungli Polisi Palembang Viral di Indonesia

Seorang *Youtubers* bernama Benni Eduward menangkap basah oknum polisi bernama Bripka Teta Ardiansyah saat meminta uang pungli kepada seorang mahasiswa bernama Raudi yang melintas di Jalan Jenderal Sudirman Palembang, tepatnya di depan Taman Makan Pahlawan.

⁶⁷ Dokumentasi Media *Online* www.manaberita.com.

⁶⁸ Manaberita.com/11/diburu-ratusan-ojol-redi-ogah-tampilkan-diri/ (diakses pada 25 April 2018 pukul 14:43 WIB).

⁶⁹ Dokumentasi Media *Online* www.manaberita.com.

Video yang Benni bagikan akhirnya viral secara nasional dan mendapat banyak respon dari pengguna internet. Setelah kejadian itu pun Bripka Teta juga mendapat hukuman dari instansinya. Videonya saat sedang memaki-maki akhirnya viral secara nasional dan sudah dibaca oleh 51.813 *viewers*.⁷⁰

d. Kasus Pembunuhan Bayi oleh Pengasuh

Peristiwa pembunuhan bayi oleh pengasuhnya sendiri ini terjadi di Desa Nahkoda, Gua Batu, Malaysia. Seorang wanita bernama Aqila tega menghabisi nyawa bayi yang baru berusia 5 bulan dengan memasukkannya ke dalam freezer. Saat dimintai keterangan, Aqila mengarang cerita dengan mengatakan bahwa bayi tersebut diculik.

Berita ini kemudian menjadi viral sampai ke Indonesia setelah sang ibu bernama Farah Madihah Othman membagikan kisah pilunya di media sosial *Facebook*. Di *website* www.manaberita.com sendiri berita ini sudah dibaca oleh lebih dari 15.000 *viewers*.⁷¹

D. Viewers Berita

1. Pengertian *Viewers* (Khalayak Media Online)

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), khalayak diartikan sebagai kelompok tertentu di masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Dalam kajian media, khalayak seri kangkali digunakan untuk menandakan

⁷⁰ Dokumentasi Media *Online* www.manaberita.com.

⁷¹ Dokumentasi Media *Online* www.manaberita.com.

masyarakat baik dalam grup maupun secara individu yang pemakaiannya merujuk pada khalayak atau massa yang mengakses berita di televisi atau pembaca koran.⁷²

Khalayak di media *online* (media generasi ketiga) disebut dengan *net generation* (generasi internet). *Net generation* merupakan sebutan untuk komunitas *cyberspace* yang paling dinamis menjadi aktor yang benar-benar aktif membangun interaksi dan memanfaatkan jejaring dalam dunia maya.

Net generation bukanlah sekelompok remaja yang muncul begitu saja karena perkembangan zaman, melainkan kemunculannya sangat terkait dengan inovasi dan perkembangan mutakhir teknologi, terutama teknologi informasi dan komunikasi.⁷³

Alch pernah mengkaji tentang *net generation* dan menyatakan bahwa kebutuhan dari *net generation* ini yaitu untuk mengatur lingkungan mereka, mendapat informasi secepat dan semudah mungkin, meluangkan banyak waktu untuk diri mereka sendiri dan tidak ingin dikekang hidupnya.⁷⁴

Istilah khalayak di media *online* beragam, seperti *viewers*, *netizen*, *warganet* dan lain-lain. Begitupun dengan orang-orang yang berada dalam komunitas tersebut juga tidak memiliki batasan baik tempat maupun

⁷² Nasrullah, *Op. Cit.*, h. 85.

⁷³ Rahma Sugihartati, *Perkembangan masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, (Jakarta: Kenana, 2014), h. 99.

⁷⁴ *Ibid*, h. 101.

usia. Media *online* www.manaberita.com menggunakan istilah *viewers* karena lebih mengarah kepada pemirsa *website* dan pembaca berita.

2. Karakter Pembaca di Media Tradisional

Windahl dan Signitzer mendefinisikan Khalayak (*audience*) menurut para peneliti komunikasi massa sebagai individu yang dengan kesadarannya memilih media dan pesan yang ingin diakses. Khalayak juga dapat didefinisikan sesuai dengan keinginan pengirim pesan (*defined by the sender*), sesuai dengan keanggotaan audiensi itu (*defined by the audience members*), dan tergantung pada media yang digunakan (*defined by media use*).

Adapun Hiebert menjelaskan pengertian khalayak dan karakteristiknya antara lain: 1) khalayak cenderung berisi individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka serta pemilihan produk media berdasarkan seleksi kesadaran; 2) khalayak cenderung tersebar di beberapa wilayah sasaran; 3) khalayak bersifat heterogen, yakni berasal dan terdiri dari beberapa lapisan dan kategori sosial; 4) khalayak cenderung anonim, tidak mengenal khalayak lainnya yang juga sama-sama mengakses media; 5) posisi khalayak pada dasarnya di media massa secara dipisahkan dari komunikator.⁷⁵

Penjelasan ini membawa suatu kesimpulan bahwa di era media massa tradisional posisi khalayak ditempatkan sekedar sebagai objek atau konsumen. Sedangkan di media *Online* khalayak pembaca memiliki kesempatan untuk menyampaikan saran dan masukan melalui kolom komentar pada *website* tersebut.

⁷⁵ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, h. 55.

3. Pergeseran Tipe Khalayak Pembaca Berita

Perkembangan media baru (internet) dan hadirnya media *online* bagi penulis merupakan salah satu pijakan untuk melihat hubungan baru antara media dan khalayak. Sebab selama ini media tradisional menempatkan khalayak dalam posisi pasif, sekedar menerima terpaan media dan tidak memiliki kebebasan untuk memproduksi informasi, bahkan khalayak menjadi objek yang didefinisikan oleh media atau sebagai “*audience as object*”.

Jika membandingkan dengan media tradisional sebagai produsen informasi dan berita, maka kemunculan media alternatif dalam mendistribusikan berita tidak hanya sebagai penanda bagaimana teknologi mentransformasi pola konsumsi informasi dari media tradisional ke media baru, tetapi juga bagaimana internet mempengaruhi mekanisme produksi, penyebaran, pertukaran nilai dan konsumsi informasi yang selama ini terpusat pada media tradisional.⁷⁶

4. Perilaku Membaca di Era Digital (*Net Generation*)

Dampak teknologi digital pada perkembangan minat dan perilaku membaca masyarakat memunculkan pandangan bahwa perubahan dari media cetak ke komputer tidak berarti berakhirnya era literasi itu sendiri, namun literasi terhadap koleksi cetak dan perkembangan teknologi elektronik memang memberikan jenis buku baru dan cara baru dalam menulis dan

⁷⁶ *Ibid*, h. 61.

membaca. Media digital berkontribusi terhadap suatu perubahan transformatif dalam membaca.⁷⁷

Dalam konteks ini ada sejumlah keuntungan yang tidak terdapat pada dokumen cetak seperti *interactivity*, *nonlinearity*, *access* dalam mengakses informasi dan konvergensi dari teks, gambar, audio dan visual. Pengalaman membaca di lingkungan digital dalam banyak kasus cenderung *sensuous*, interaktif dan menyenangkan karena bacaan digital menjadikan sejumlah pengaruh audiovisual yang dapat diintegrasikan secara fleksibel dalam cara yang menarik dan kreatif.⁷⁸

Di era digital, kegiatan membaca masyarakat biasanya diawali dengan kegiatan *browse* dan menemukan banyak hal secara kebetulan. Seketika itu mereka menemukan informasi dengan isian dan variasi yang berbeda. Proses penemuan informasi di era elektronik menjadi suatu proses yang interaktif, dan salah satunya tergantung pada inisiatif pencari informasi itu sendiri.

Jadi dari uraian di atas dapat dipahami bahwa dalam melaksanakan strateginya, media *online* www.manaberita.com memanfaatkan *viewers* atau netizen di berbagai media sosial serta menggunakan sistem kerja tim dimana redaktur, wartawan dan tim siber saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tersebut.

122. ⁷⁷Rahma Sugihartati, *Perkembangan masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, h.

⁷⁸ Sugihartati, *Op.Cit.*, h. 122.

BAB III

DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

A. Identitas dan Sejarah Media *Online* www.manaberita.com

Media *online* www.manaberita.com merupakan perusahaan media massa yang berada di bawah naungan PT. Tri Tunggal Media. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 5 Maret 2017 oleh Aan Ariadin, wartawan Palembang yang sudah malang melintang di dunia jurnalis. Pada awalnya kantor media *online* www.manaberita.com berada di Jalan Kapten Cek Syeh Lorong Sekolah No. 3 Kelurahan 24 Ilir Kecamatan Bukit Kecil Kota Palembang dan masih bergabung dengan Posko Gerakan Peduli Sesama (GPS) milik Akbar Alfaro.⁷⁹

Setelah berjalan enam bulan, media *online* www.manaberita.com pindah ke Jalan Gersik Singkil No. 1515 C, Kota Palembang. Sebelah utara kantor www.manaberita.com yang baru berbatasan dengan lahan kosong dengan luas 50 meter x 50 meter dan sebelah selatan berbatasan dengan Studio Foto Pancawarna Studio. Sedangkan di sebelah barat dan timur berbatasan dengan rumah penduduk sekitar.

Secara keseluruhan, media ini lebih banyak menyajikan informasi yang bersifat menghibur dan tengah menjadi perbincangan netizen (viral) di media sosial. Cikal bakal terbentuknya media *online* www.manaberita.com yaitu karena dirinya melihat adanya peluang yang besar terhadap kesuksesan media *online* di

⁷⁹ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 12 April 2018.

era digital saat ini. Tinggal bagaimana menentukan pola kerja yang efisien agar dapat mengatasi pasang surut dan gejolak persaingan dengan media *online* lain nantinya.⁸⁰

Sebagai seseorang yang pernah tergabung dalam tim media sosial (medsos) di sebuah media massa, Aan mengamati bahwa dari tahun ke tahun pengguna internet bertambah banyak terutama yang berorientasi pada hiburan. Ia meramalkan bahwa kondisi seperti ini akan membuat media sosial semakin populer dan sumber berita juga akan membludak di dunia maya. Alasan inilah yang menjadikan ia optimis membangun media *online* dengan memanfaatkan sosial media sebagai pendukung utamanya.⁸¹

Pada awal pergerakannya media ini masih mengikuti pola media *online* yang sudah ada yaitu sebagaimana biasa memuat berita-berita regional dan berita hasil rapat proyeksi. Namun lama-kelamaan media *online* www.manaberita.com merubah sistem dan pola pemberitaan, sehingga kini banyak memuat berita viral yang kemudian memberikan ciri khas tersendiri kepada media tersebut.

Kini media *online* www.manaberita.com dikenal sebagai media *online* mandiri pertama di Palembang yang membuat *genre* berita berbeda dengan yang lainnya. Media ini akan terus menjaga isi pemberitaan dengan tetap konsisten memberikan informasi terkini dan *up to date* terutama berita viral, sehingga

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ *Ibid.*

eksistensi yang dicapai sekarang bisa dipertahankan bahkan ditingkatkan demi mencapai tujuannya menembus Google AdSense.

B. Struktur Organisasi Media *Online* www.manaberita.com

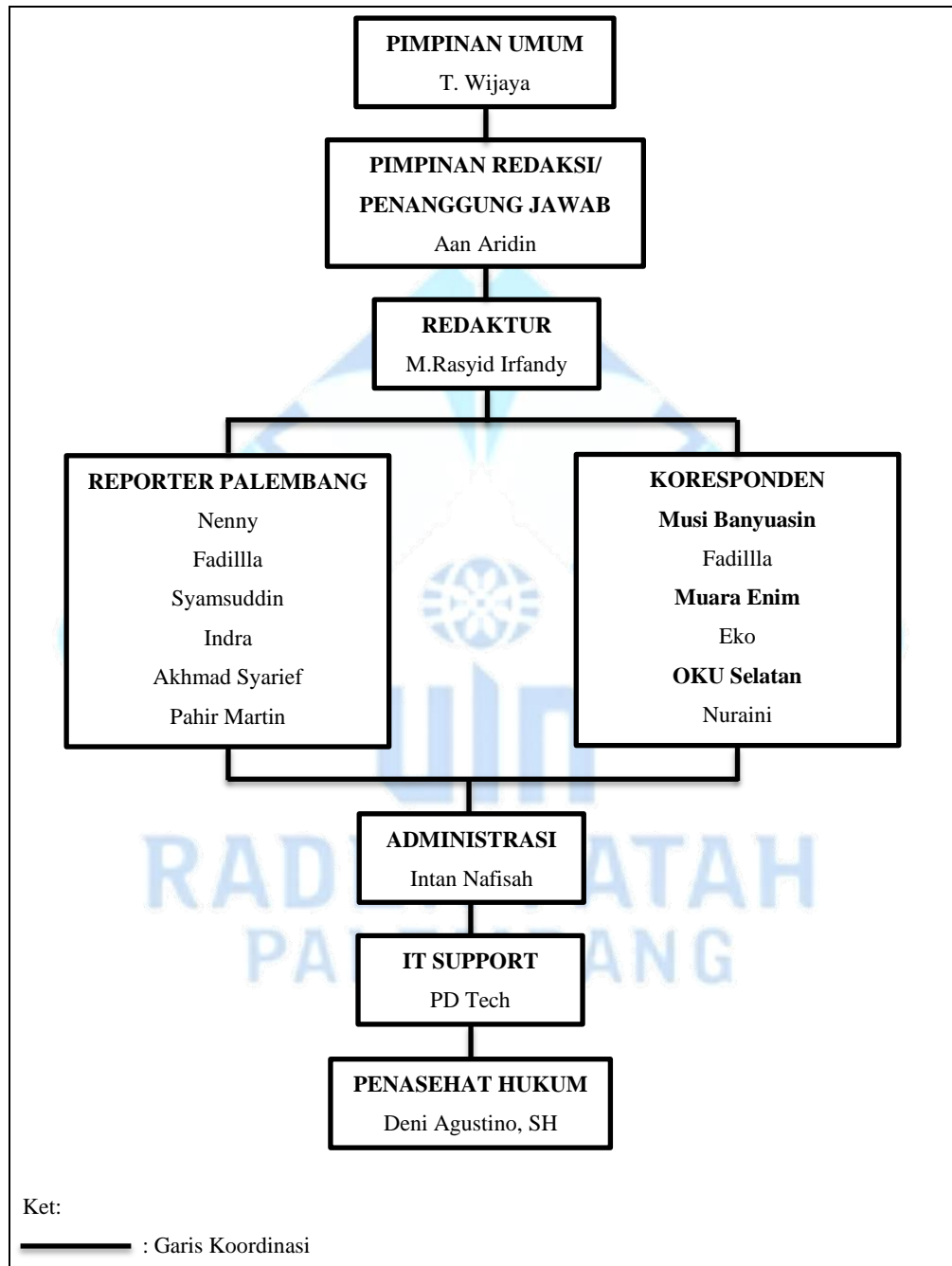
Sebagai sebuah media yang bertugas memenuhi kebutuhan informasi publik, media *online* www.manaberita.com memiliki tim atau organisasi yang bergerak dalam menjalankan roda perusahaan mulai dari pimpinan umum, redaktur, wartawan dan lain-lain, sehingga berita yang dihasilkan menjadi maksimal dan dapat memberi kepuasan bagi pembaca (*viewers*).

Media *online* www.manaberita.com saat ini memiliki delapan orang wartawan yang bertugas baik di Palembang maupun koresponden, satu orang redaktur dan satu orang fotografer. Dalam pengorganisasiannya mereka memiliki sistem yang fleksibel. Misalnya, seorang wartawan bukan hanya melaksanakan tugas liputan saja tapi juga bisa mencari iklan melalui relasi yang mereka miliki.⁸²

⁸² Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 12 April 2018.

Berikut ini bagan struktur organisasi media *online* www.manaberita.com:

Tabel 1: Struktur Organisasi www.manaberita.com



Sumber: *Company Profile Media Online www.manaberita.com*

Tugas dan tanggung jawab jabatan :

1. Pemimpin Umum

Bertanggung jawab atas keseluruhan jalan penerbitan berita mulai dari proses pencarian oleh jurnalis hingga penyebarannya. Pemimpin umum dapat melimpahkan kewenangan kepada pemimpin redaksi sepanjang menyangkut isi penerbitan (redaksional).⁸³

2. Pemimpin Redaksi (Pimred)

Pimred bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja keredaksian sehari-hari serta bertugas mengawasi seluruh rubrik atau kanal di media yang dipimpinnya. Lebih rincinya, pimred bertanggung jawab terhadap isi, kualitas serta kelayakan berita, memimpin rapat redaksi dan memberikan proyeksi kepada semua tim mengenai apa yang akan dimuat setiap harinya.⁸⁴

3. Redaktur

Redaktur memiliki tanggung jawab yang sama dengan pimred, namun lebih bersifat teknis. Redaktur akan memimpin langsung proses peliputan dan pembuatan berita oleh reporter.

4. Reporter/ wartawan/ jurnalis

Wartawan memiliki tugas pokok mencari dan menulis berita untuk kebutuhan media. Mereka akan melakukan *reportase* ke lokasi liputan secara

⁸³ Dokumentasi Media *Online* www.manaberita.com

⁸⁴ *Ibid.*

langsung dan menggali keterangan dari narasumber serta mencari pendukung berita lainnya.

5. Koresponden

Koresponden atau wartawan daerah merupakan wartawan yang ditempatkan di daerah lain di luar wilayah media berpusat.

6. Administrasi

Admin bertanggung jawab menaikkan berita, memasang dan menurunkan *banner* iklan, membuat laporan redaksi serta laporan keuangan dan mengurus segala surat menyurat.

7. IT (*Information and Technology*) Support

Merupakan teknologi untuk mendukung dan menjalankan *web* suatu media agar tetap bisa diakses oleh pengunjung.

8. Penasehat Hukum

Tugas pokok penasehat hukum adalah memberikan *legal opinion*, serta nasehat hukum untuk menjauhkan klien dari konflik.⁸⁵

C. Visi Media *Online* www.manaberita.com

Visi utama media *online* www.manaberita.com adalah menyajikan berita yang edukatif, menarik dan menghibur masyarakat tanpa *hoax* (berita bohong). Edukatif berarti media ini memberikan informasi yang bisa menjadi pembelajaran bagi para pembaca (*viewers*). Berita yang mereka sajikan dikemas semenarik mungkin mulai dari segi penulisan judul hingga video pendukung sebagai

⁸⁵ Dokumentasi Media *Online* www.manaberita.com.

pelengkap informasi. Media *online* www.manaberita.com juga lebih mengutamakan berita-berita viral untuk menghibur pembaca, bahkan presentasinya mencapai 80%.⁸⁶

D. Logo dan *Tagline* Media *Online* www.manaberita.com

1. Logo Media *Online* www.manaberita.com

Adapun logo dari media *online* www.manaberita.com yaitu sebagai berikut:

Gambar 1: Logo Media *Online* www.manaberita.com



Sumber: Company Profile Media Online www.manaberita.com

Makna Logo:

- a. Huruf M berbentuk vertikal melambangkan huruf pertama “manaberita” yang memiliki arti bahwa media *online* www.manaberita.com akan terus meningkatkan kualitas agar tetap eksis dan terkenal.
- b. Warna kuning pada logonya melambangkan keceriaan dan kebahagiaan. Dimana berita-berita yang dimuat bukan sekedar *straight news* tetapi lebih dominan bersifat menghibur, sehingga diharapkan *viewers* suka dan tidak bosan membaca berita di media ini.

⁸⁶ Dokumentasi Media *Online* www.manaberita.com.

c. Begitu pula dengan warna merah muda (*pink*) sebagai dasar logonya. Meski *pink* dianggap warna feminin tapi perbedaan intensitas juga dapat mempengaruhi makna yang terkandung. www.manaberita.com menggunakan warna *hot pink* untuk mengindikasikan seru dan menyenangkan.⁸⁷

2. *Tagline Media Online* www.manaberita.com

Berikut *tagline* dari media *online* www.manaberita.com:

Gambar 2: Logo dan *Tagline Media Online* www.manaberita.com



Sumber: Company Profile Media Online www.manaberita.com

Tagline dari logo media *online* www.manaberita.com adalah “*Berita ada dimana-mana*”. Menurut Aan Ariadin, filosofi dari *tagline* tersebut yaitu memberi tahu pembaca bahwa informasi yang disajikan media ini bukan semata-mata hanya bersumber dari sebuah peristiwa atau kejadian yang ada di wilayah pantauan media *online* www.manaberita.com saja, tapi juga bisa bersumber dari media sosial atau seorang netizen yang membagikan cerita menarik, unik dan viral.⁸⁸

⁸⁷ Dokumentasi Media *Online* www.manaberita.com.

⁸⁸ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 12 April 2018.

E. Materi Pemberitaan Media *Online* www.manaberita.com

Gambar 4: Tampilan Media *Online* www.manaberita.com



Sumber: www.manaberita.com

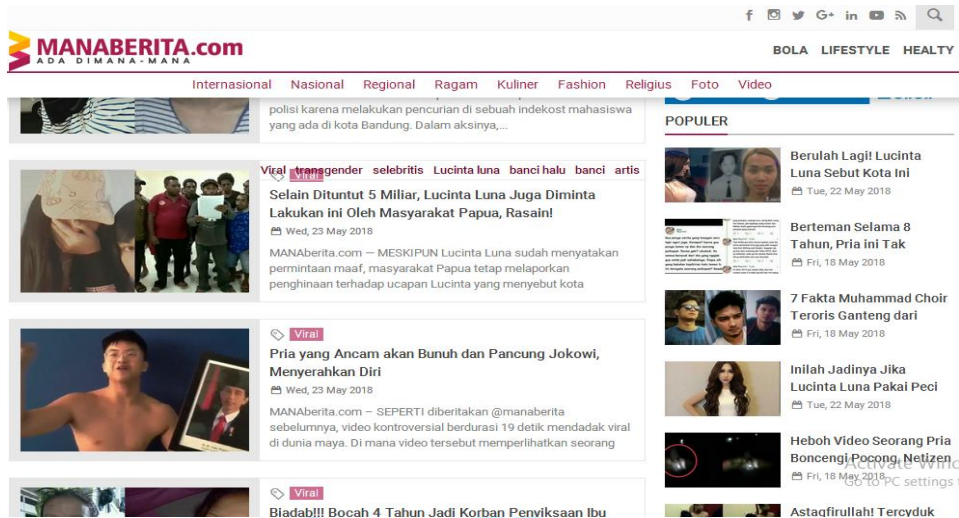
Materi pemberitaan di media *online* www.manaberita.com disebut dengan rubrik/ kanal. Berikut penjelasan setiap rubrik:

Tabel 2: Rubrik Media *Online* www.manaberita.com

No.	Nama Rubrik	Isi
1.	Internasional	Meliputi berita tentang peristiwa yang terjadi di luar Indonesia yang dihimpun dari beberapa sumber terpercaya.
2.	Nasional	Peristiwa yang terjadi di Indonesia terutama yang menyangkut masalah pemerintahan dan kenegaraan.
3.	Politik	Berisi berita-berita politik di Indonesia.

4.	Viral	Berita-berita yang tengah menjadi perbincangan netizen di sosial media baik nasional maupun internasional.
5.	<i>Life Style</i>	<i>Life Style</i> merupakan berita-berita yang berisi tips-tips gaya hidup dan contoh penerapannya.
6.	Selebriti	Info terkini seputar selebriti tanah air maupun internasional.
7.	Regional	Peristiwa yang terjadi disekitar Kota Palembang dan daerah Sumatera Selatan yang menjadi jangkauan media ini.
8.	Ragam	Informasi tentang beragam peristiwa secara acak.
9.	Kuliner	Berita-berita seputar makanan dan resep masakan.
10.	<i>Fashion</i>	Informasi seputar tren yang dikenakan seseorang saat ini mulai dari aksesoris, baju dan lain-lain.
11.	Religius	Berita-berita mengenai keagamaan.
12.	Bola	Informasi seputar pertandingan bola baik lokal maupun internasional.
13.	<i>Healthy</i>	Berita seputar kesehatan dan kebugaran tubuh.
<p><i>Sumber: Company Profile Media Online www.manaberita.com</i></p>		

Gambar 5: Tampilan Berita Terpopuler Media *Online* www.manaberita.com

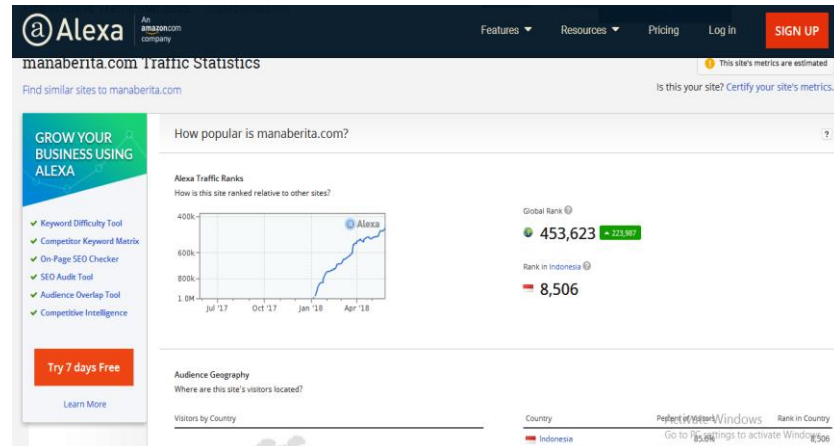


Sumber: www.manaberita.com

Pada tampilan media *online*, pembaca akan disuguhkan dengan berita-berita yang dibagi ke dalam beberapa kategori. Istilah berita terpopuler dalam media *online* www.manaberita.com merupakan kumpulan dari berita yang paling banyak dikunjungi. Pada media ini, berita terpopuler berada pada posisi paling kanan dan di bawah berita utama. Kemudian istilah berita terbaru berada di sebelah kiri berita terpopuler. Di posisi paling atas ada berita yang bergeser secara otomatis. Berita tersebut merupakan unggahan terkini yang dimaksudkan untuk memudahkan pembaca.

F. Jumlah Pengunjung Media *Online* www.manaberita.com

Gambar 6: Tampilan Alexa Rank www.manaberita.com



Sumber: www.alexa.com/siteinfo/manaberita.com

Dilihat dari peringkat Alexa Rank yang merupakan alat analisis ranking sebuah *blog* atau *website* melalui data jumlah pengunjung, baik itu pengunjung *search engine* maupun kunjungan tautan *link*, media *online* www.manaberita.com pada tanggal 27 Mei 2018 menempati urutan 453.623 dunia dan 8.506 di Indonesia sebagai *website* yang sering dikunjungi. Ranking inilah yang membawa [manaberita.com](http://www.manaberita.com) menjadi media *online* paling banyak pembacanya (*viewers*) di Palembang mengalahkan media *online* lain yang sudah lama.

Dari dekripsi dan hasil penelitian wilayah media *online* www.manaberita.com dapat diketahui bahwa media ini memiliki susunan keredaksian dan tujuan kerja yang jelas serta tersusun. Berita yang disajikan juga beragam sesuai dengan kanal dan kategori, begitu juga dengan jumlah *viewers* yang sudah banyak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak *Viewers* Pada *Website*

www.manaberita.com

Dampak perkembangan teknologi internet di era digital bukan hanya dirasakan instansi pemerintahan dan pendidikan saja, tetapi juga berimbas pada pertumbuhan media massa khususnya media *online*. Seketika itu juga, persaingan antar media semakin sengit terutama dalam meraih perolehan jumlah pembaca. Banyak sedikitnya jumlah pembaca ini nantinya akan menentukan nasib media *online* terutama dalam hal eksistensi dan perolehan keuntungan.

Adapun media *online* www.manaberita.com dominan menyajikan berita ber-*genre* viral yang saat ini menjadi ciri khas dari media itu sendiri. Berikut ini merupakan strategi penyebaran berita viral untuk meraih banyak *viewers* pada media *online* www.manaberita.com:

1. Mengutamakan Kerja Sama Tim dalam Proses Keredaksian

Redaksi adalah tenaga atau orang yang memilih dan menyusun tulisan yang akan dimuat di surat kabar, majalah dan sebagainya. Sedangkan pengertian keredaksian merupakan sekelompok jajaran yang bekerja sama dengan proses rapat redaksi untuk memutuskan peristiwa dan berita apa yang layak dan tidak layak diterbitkan.

Kerja jurnalistik membutuhkan jajaran keredaksian agar apa yang diupayakan terimplementasi dengan baik. Setiap pegawai redaksi memiliki *job disk* dan tanggung jawab masing-masing tanpa mengesampingkan prinsip kerja sama tim. Selain bekerja sesuai ranahnya, mereka juga saling membantu proses berita hingga sampai pada pembaca. Berikut wawancara dengan Pimpinan Redaksi www.manaberita.com:

“Keseluruhan proses redaksi yang ada di www.manaberita.com menggunakan kerja sama tim. Kami tidak memberlakukan sistem atasan agar suasana lebih kekeluargaan. Sistem ini digunakan agar para karyawan nyaman dan mampu menghasilkan kinerja yang baik, sehingga mereka juga tidak perlu khawatir karena akan ada yang membantu apabila mengalami kendala saat bertugas.”⁸⁹

Berikut alur pemrosesan berita mulai dari pencarian hingga sampai ke tangan pembaca:

a. Pencarian Berita

Media *online* www.manaberita.com memiliki wartawan yang ditugaskan sesuai dengan kebutuhan berita. Ada wartawan yang khusus meliput berita regional di Kota Palembang dan Sumatera Selatan, ada juga wartawan yang khusus menulis berita viral yang bersumber dari kejadian sekitar dan media sosial.

Jurnalis yang bertugas mencari berita viral lebih banyak memanfaatkan media sosial sebagai referensi informasi dan alat pantau.

⁸⁹ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

Berita yang sudah didapat kemudian ditulis sendiri oleh jurnalis untuk dikirim ke *e-mail* Manaberita.com.

Ketika masih dalam proses penulisan, seorang jurnalis dituntut menjadi redaktur bagi beritanya sendiri, meskipun nantinya berita yang dikirim masih akan diedit oleh redaktur, namun mereka harus mengirim tulisan yang sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia dan bahasa jurnalistik yang benar.

Bahasa jurnalistik adalah bahasa yang digunakan oleh para wartawan, redaktur, atau pengelola media massa dalam menyusun dan menyajikan, memuat, menyiarkan dan menayangkan berita serta laporan peristiwa atau pernyataan yang benar, aktual, penting dan atau menarik dengan tujuan agar mudah dipahami isinya dan cepat ditangkap maknanya.⁹⁰

Seorang jurnalis harus memiliki keterampilan (*skill*) berbahasa. *Skill* itu terangkum dalam empat komponen, yaitu keterampilan menyimak (*listening skills*), keterampilan berbicara (*speaking skills*), keterampilan membaca (*reading skills*), dan keterampilan menulis (*writing skill*).

Meski para wartawan harus tunduk pada kaidah bahasa yang benar, namun mereka juga masih diperbolehkan menggunakan gaya

⁹⁰ AS Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 7.

penulisannya sendiri (gaya perorangan). Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menulis berita:

- 1) Berita/ tulisan/ artikel harus bersifat menyeluruh dan dalam serta komprehensif. Hal ini untuk menjaga penampilan dan akurasi fakta dan data;
- 2) Tepat dalam penggunaan bahasa dan tata bahasa (berkaitan dengan ejaan, istilah dan perangkat lain yang dibakukan pemerintah);
- 3) Menerapkan ekonomi kata (agar tidak boros dalam menggunakan kata dan kalimat);
- 4) Gaya penulisan harus hidup, bermakna, memiliki warna, menarik dan tidak kaku.⁹¹

b. Menyunting (*Editing*) Berita

Setelah wartawan mengirimkan berita maka proses selanjutnya adalah penyuntingan atau dikenal juga dengan istilah *editing*. Menyunting adalah aktivitas menyiapkan naskah dan sebagainya untuk diedarkan atau diterbitkan dalam bentuk cetakan dengan memperhatikan tata penyajiannya.

Sementara itu menurut kalangan penerbit, penyuntingan berarti menyiapkan, menyeleksi, dan menyesuaikan naskah orang lain untuk penerbitan atau penyiaran. Oleh sebab itu seorang penyunting atau editor

⁹¹ Harlis Kurniawan, *Cara Cepat Mahir Editing: Kiat Singkat Jadi Manajer Bahasa Buku dan Media Massa*, (Depok: Mutiara Allamah Utama, 2013), h. 101.

wajib menguasai medan kerjanya. Jadi selain dituntut berdaya intelektual tinggi dan berpengalaman, ia juga harus kreatif dan pakar di bidangnya.

Pada sebuah media *online*, menyunting berita merupakan tugas seorang redaktur. Setelah berita dianggap layak untuk terbit, maka redaktur akan mengirimkannya kepada admin yang bertugas mengelola *website* untuk menaikkan berita agar sampai kepada pembaca (*viewers*).

c. Menerbitkan (*Publishing*) Berita

Menerbitkan berita merupakan proses final dari produksi berita. Setelah di *publish* berita langsung bisa dinikmati pembaca (*viewers*). Pada media *online* www.manaberita.com, tugas ini diemban oleh seorang admin. Jadi selain kewajiban membuat laporan dan mengurus keluar masuk surat, admin juga wajib mengurus *website*.

Pengelolaan *website* ini bertujuan untuk menaikkan berita, memasang dan melepas iklan yang masuk, memeriksa *e-mail* baik berita mentah dari wartawan maupun tawaran kerja sama, dan mengingatkan wartawan apabila belum mengirim berita.⁹²

d. Menyebarakan (*Share*) Berita

Teknik *share* adalah bagian yang paling penting dari seluruh kegiatan di atas. Berita yang sudah di *publish* belum tentu dibaca pengguna internet, mengingat media *online* www.manaberita.com tergolong media baru. Banyak pembaca yang belum mengenal portal

⁹² Intan Nafisah, Admin www.manaberita.com, *Wawancara*, 6 Juni 2018.

berita ini sehingga memerlukan pengenalan yang didasarkan pada pengguna internet.

Penyebaran berita ini ada dua jenis. *Pertama*, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna tetapi juga didistribusikan secara manual ke pengguna lain. *Kedua*, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten. Misalnya tombol 'share' di *Youtube* yang berfungsi untuk menyebarkan video, baik ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa seluruh pegawai media *online* www.manaberita.com saling bekerja sama dan berkoordinasi saat menjalankan tugasnya. Sedikit banyaknya pembaca (*viewers*) berita di media *online* tersebut ditentukan oleh kuatnya penyebaran *link* yang dilakukan tim di berbagai akun sosial media.

2. Menggunakan Judul yang Bombastis

Judul merupakan bagian terpenting dalam sebuah berita karena merupakan ide atau gagasan dari berita itu sendiri. Pada prinsipnya, penulisan judul berita di media baik konvensional maupun *online* sama, yaitu harus menarik, menggunakan kalimat aktif, ringkas, lengkap (minimal terdiri dari subyek dan predikat), serta menggambarkan isi.

Akan tetapi yang terjadi saat ini penulisan judul di media massa konvensional dan media *online* sangat berbeda. Di media *online*, judul harus bombastis dan membuat penasaran netizen sehingga timbul keinginan untuk membaca. Judul juga menggunakan kata-kata yang menggugah bahkan sampai menimbulkan pertanyaan dibenak pembaca.

Menurut Pimpinan Redaksi (pimred) www.manaberita.com, judul di media *online* harus heboh. Misalnya sebuah berita kriminal tentang mutilasi. Jika penulisan judul hanya datar, seperti: '*HN Tega Mutilasi Ibu Kandung Sendiri*' maka pembaca sudah bisa menebak isi berita tersebut. Tapi jika ditulis seperti ini: '*Seram! Begini Cara HN Simpan Jasad Ibu Kandungnya Setelah Dimutilasi*', maka pembaca akan penasaran dan akhirnya membaca berita itu.⁹³

Judul berita di internet saat ini memang terkesan panjang. Tapi seperti itulah cara kerja di media *online* agar berita semakin diminati. Penulisan judul dengan gaya seperti ini bukan berarti untuk menyalahi karakteristik judul itu sendiri, tapi juga menyesuaikan dengan perkembangan media massa.

Berikut ini karakteristik judul di media *online* (*web headlines*):

- a. Judul harus kuat karena sangat penting untuk sebuah berita di *website*;
- b. *Headline* harus sering ditemukan dalam daftar tautan, di mana mereka adalah pengantar pertama pembaca untuk membaca sebuah cerita. Jika

⁹³ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

tidak menarik, pembaca tidak mungkin mengklik tautan tersebut untuk membaca beritanya;

- c. Menggunakan *Search Engine Optimization* (SEO). SEO adalah mesin pencari optimasi. Mesin pencari semacam ini menyukai berita utama yang koheren. Berita utama sangat penting untuk pengoptimalan mesin telusur, yang nantinya akan menarik lalu lintas ke situs *website* yang dituju;
- d. Judul berita di media *online* hendaknya menarik, namun juga tetap memperhatikan teknik SEO agar berita terindeks oleh mesin pencari dan mudah ditemukan pembaca di halaman hasil pencarian.⁹⁴

Ciri khas judul berita di Media *online* www.manaberita.com sendiri adalah menggunakan awalan kata yang tegas dengan menambahkan kata seru (!). Judul juga menggunakan teknik pemisahan induk dan anak kalimat dengan membubuhkan tanda koma (,) di tengah-tengah kalimatnya. Seperti contoh-contoh judul berikut ini:

- Astaga! Dibunuh Pengasuh, Bayi 5 Bulan Ditemukan Tewas dalam Freezer;
- Netizen Bahagia, Ternyata Inilah penyebab Kominfo Blokir Aplikasi Tik Tok;
- Alamak! Beli Sofa di *Online Shop*, Pria ini Nyaris Jantungan Usai Barangnya Sampai;

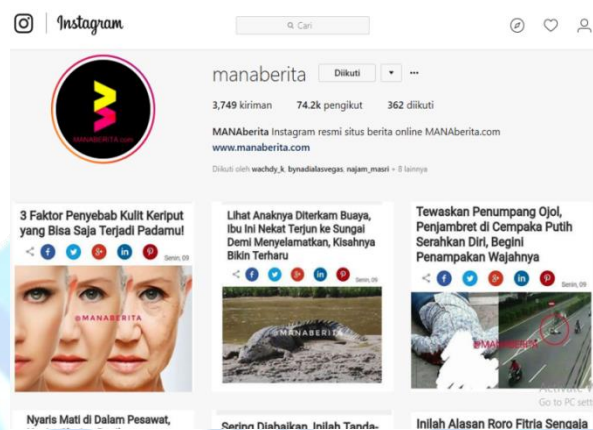
⁹⁴ <http://www.romelteamedia.com/2015/cara-menulis-judul-berita-baik-benar> (diakses 11 Juli 2018 pukul 05:41 WIB).

- Merinding! Begini Kronologi Ditemukannya Bu Nining yang Tenggelam Selama 1,5 Tahun.⁹⁵

3. Melalui Media Sosial

a. *Instagram* (Ig)

Gambar 7: Tampilan *Instagram* www.manaberita.com



Sumber: *Instagram resmi www.manaberita.com (@manaberita)*

Instagram adalah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*smartphone*) yang berbasis iOS, Android dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik, meng-*edit* dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi pengikut (*follower*).

Berikut data pengguna media sosial di Indonesia dari total jumlah penduduk 255.000.000 jiwa pada Januari 2016:

- 1) Pengguna Twitter dengan total 28.050.000 (11% dari total penduduk);

⁹⁵ Website www.manaberita.com (diakses pada 6 Juli 2018 pukul 11:44 WIB).

- 2) Pengguna Instagram dengan total 17.850.000 (7% dari total penduduk);
- 3) Pinterest adalah 15.300.000 (6% dari total penduduk);
- 4) Jumlah pengguna Tumblr di Indonesia sendiri belum sebesar media sosial lainnya.⁹⁶

Sedangkan berdasarkan hasil survei *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite*, Instagram diketahui merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Diketahui pula jumlah total pengguna media sosial di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018. Instagram juga merupakan media sosial yang tergolong populer dan paling sering digunakan keempat setelah *Youtube*, *Facebook*, dan *WhatsApp*.⁹⁷

⁹⁶ Rico Huang, *E-book: 10 Juta Pertama dari Jualan di Instagram*, (Pasukanalona.com, 2016) h. 5.

⁹⁷ <https://teknologi.id/insight/negara-dengan-jumlah-pengguna-aktif-instagram-terbesar/> (diakses pada 9 Juli 2018 pukul 05:26 WIB).

Berikut gambar sembilan negara dengan jumlah pengguna *Instagram* paling besar di dunia:

Gambar 8: Peringkat Pengguna *Instagram* Terbesar di Dunia



Sumber: Website Teknologi.id

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa pengguna *Instagram* terbesar di dunia adalah Amerika Serikat dengan jumlah mencapai 110 juta. Kemudian di urutan kedua ada Brazil yang memiliki 57 juta pengguna *Instagram*, disusul dengan Indonesia yang menempati urutan ketiga dengan jumlah pengguna *Instagram* mencapai 53 juta.

Dengan begitu, otomatis Indonesia dikatakan aktif dalam menggunakan media sosial *Instagram* di bandingkan dengan enam negara selanjutnya yaitu Turki (33 juta pengguna *Instagram*), Rusia (29 juta), Iran (24 juta), Jepang (22 juta), Inggris (21 juta) dan Mexico (20 juta). Data ini menjadi peluang bagi pengguna media sosial untuk melakukan bisnis di *Instagram*.

Saat diwawancarai, Pimpinan Redaksi (Pimred) Media *online*

www.manaberita.com mengatakan,

“Media *online* www.manaberita.com yakin bahwa memuat berita viral di *Instagram* akan menjadi strategi yang bagus untuk menambah jumlah pembaca (*viewers*). Selain jumlah penggunanya yang banyak dan kemudahan akses melalui *smartphone*, www.manaberita.com juga berhasil memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh *Instagram* dengan baik sehingga berita-berita viral yang disebarakan sampai pada banyak pembaca (*viewers*). Bisa dikatakan bahwa *Instagram* saat ini adalah media sosial yang paling ampuh untuk menaikkan popularitas baik untuk skala perorangan maupun sebuah perusahaan secara cepat.⁹⁸

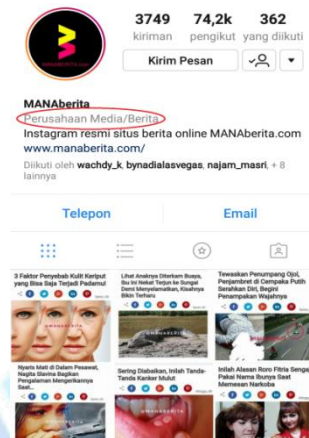
Berikut fitur-fitur *Instagram* yang digunakan media *online* www.manaberita.com untuk menyebarkan berita viral:

1) Akun Bisnis

Pada awal pembuatan *Instagram*, Media *online* www.manaberita.com belum menggunakan akun bisnis. Akun bisnis di *Instagram* berfungsi sebagai alat promosi unggahan yang di kirim. Dengan kata lain jika menggunakan akun bisnis maka kiriman akun tersebut lebih mudah sampai kepada pengguna lain karena ada tawaran untuk dipromosikan. Akun bisnis juga memperlihatkan kepada *followers* tentang identitas sebuah akun.

⁹⁸ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

Gambar 9: Tampilan Akun Bisnis www.manaberita.com



Sumber: Instagram @manaberita (Screenshot)

Fadilla selaku jurnalis yang khusus menulis berita viral sekaligus ikut mengelola *Instagram* www.manaberita.com mengatakan bahwa pengalihan akun menjadi akun bisnis akan lebih memudahkan mereka mendapat *followers*. Dengan adanya keterangan ‘Perusahaan Media atau Berita’ di bawah nama akun MANAberita, pengguna lain akan merasa tertarik karena dinilai bukan akun orang biasa.⁹⁹

Sebelum merubah profil menjadi akun bisnis, terlebih dahulu akun harus memiliki *Facebook Page* agar manajemen dan jangkauan *post* lebih baik. Akan tetapi meskipun www.manaberita.com memiliki akun *Facebook Page*, media ini tidak menggunakannya lagi dengan alasan *Facebook* dan *Instagram* kini sudah bekerja sama. Mark

⁹⁹ Fadilla, Jurnalis Berita Viral www.manaberita.com, *Wawancara*, 6 Juni 2018.

Zugenburg juga sudah mengatakan bahwa *Facebook* tidak bisa lagi digunakan untuk *share* tautan berita.

Keuntungan menggunakan akun bisnis lainnya adalah sebagai berikut:

a) **Akses Gratis untuk Wawasan (*Insight*)**

Wawasan pada akun bisnis sangat membantu dalam melihat siapa saja pengunjung yang dimiliki akun tersebut. Mulai dari jumlah berapa kali profil dilihat, tayangan, jumlah pengikut baik dari rentan usia maupun gender, lokasi negara maupun regional teratas dan lain-lain.

b) **Dapat Menentukan Kapan Waktu Terbaik untuk *Posting***

Pada *insight*, pemilik akun dapat melihat data statistik jam dan hari yang menginformasikan postingan mana yang mendapatkan respon paling banyak. Dengan begitu pengelola akun tidak kesulitan mengetahui kapan pembaca sedang aktif atau tidak.

c) **Akun Lebih Cepat Dikenal**

Setelah berubah menjadi profil bisnis, ada tiga *tab* kontak yang bisa diisi yaitu *tab* Telepon, *E-mail* dan Petunjuk Arah. Dengan tiga *tab* kontak ini, mereka dapat menghubungi akun tersebut untuk memperoleh informasi lebih lanjut.

Atau misalkan pada konten berita, *followers* bisa menginformasikan sebuah kejadian yang sedang terjadi sehingga

menjadi referensi berita selanjutnya. Dengan adanya *tab ini*, akun akan lebih cepat terkenal di kalangan netizen dan dapat berinteraksi dengan baik.

2) Gunakan *Hashtag* (#)

Hashtag merupakan simbol tanda pagar (#) yang biasa digunakan untuk mengkategorikan sebuah produk, *event*, atau untuk memudahkan pencarian dengan cara membuat *hashtag* unik sendiri di media sosial. *Hashtag* juga bisa dibilang sebagai kata kunci yang digunakan untuk membuat produk jualan seseorang ditemukan oleh calon pembeli bahkan dengan *followers* nol sekalipun.¹⁰⁰

Salah satu upaya yang dilakukan www.manaberita.com dalam meng-*upload* berita adalah dengan membubuhkan *hashtag* setelah keterangan (*caption*) berita. Saat menuliskan *caption* pun www.manaberita.com hanya menuliskan *lead* saja sehingga yang membaca unggahan tersebut merasa penasaran dan membuka *link* yang ada di profil *Instagram* @manaberita.

Berikut keuntungan menggunakan *hashtag* pada unggahan di *Instagram*:

¹⁰⁰ Huang, *Op. Cit.*, h. 17.

1. Memudahkan pengguna *Instagram* dalam pencarian konten;
2. Menambah *followers* lebih banyak pada *Instagram*;
3. Meningkatkan interaksi pada *Instagram* yang dikelola (mendapatkan *like*, *comment*, dan lainnya);
4. Mengenalkan produk atau informasi pada pengguna *Instagram* lainnya di luar *followers* yang sudah didapat;
5. Sebagai bahan analisa karakteristik peminat produk atau unggahan untuk bahan *upload* selanjutnya;
6. Menemukan *followers* yang tepat untuk dijadikan sasaran target penerima;
7. Mengetahui apa yang sedang menjadi *trending topic*;
8. Sebagai folder untuk memisahkan dan membedakan satu *file* dengan *file* lainnya;
9. Membedakan mana yang modus dalam penggunaan *Instagram* (pengguna *Instagram* ada yang beralih fungsi menjadi *spammer*, tidak bijak dalam mendukung fungsi *hashtag* yang kiranya dapat menghadirkan konten yang sesuai dengan apa yang tertulis pada *hashtag*).¹⁰¹

¹⁰¹ <https://technovindo.com/2018/01/22/hashtag-pada-instagram/> (diakses pada 9 Juli 2018 pukul 09: 00 WIB).

Berikut contoh *hashtag* yang digunakan dalam berita unggahan

@manaberita:

Gambar 10: Contoh *Hashtag* pada *Instagram* @manaberita



Sumber: *Instagram* www.manaberita.com (@manaberita)

Pada potongan berita yang berjudul '*Diduga Cemburu dengan Adik, Balita Ini Dorong Kereta Bayi ke Jalanan*', pengelola akun @manaberita sudah menuliskan beberapa *hashtag* yang berkaitan dengan judul beserta isi berita tersebut. *Hashtag* tersebut seperti #viral #internasional #cctv #anakanak #balita #budananak #cemburu #pengawasanorangtua. Media ini juga tidak pernah lupa menuliskan *hashtag* #manaberita agar semua berita yang di *posting* mudah dicari.

3) Tandai Akun (*Tag*)

Selain ke dua cara di atas, untuk menambahkan *followers* sebuah akun juga di perlukan *tag* ke beberapa akun lain yang

berhubungan agar *posting*-an semakin banyak dilihat orang. Jika akun yang mendapat *tag* merespon dengan baik, maka bisa jadi *posting*-an tadi akan di *share* ulang bukan hanya di *Instagram* tapi juga media sosial lain.

Gambar 11: Contoh Tag Pada @manaberita



Sumber: Instagram @manaberita (diakses pada 9 Juli 2018)

4) Insta Story (Snapgram)

Insta Story merupakan fitur di *Instagram* yang digunakan untuk mem-*posting* berbagai tulisan, foto atau video terbaru. Ketiga aspek tersebut tidak akan muncul di halaman *profile* dan akan terhapus dalam waktu 24 jam.

Dengan menggunakan *Insta Story*, pengguna *Instagram* tidak perlu repot-repot membuka profil orang lain untuk mengetahui aktivitas terbaru mereka. Cukup buka lewat *Insta Story* yang akan muncul pada beranda pengguna akun.

Namun untuk sebuah akun yang digunakan untuk bisnis, *Insta Story* akan lebih membantu jika *followers*-nya sudah mencapai 10 ribu (10k). *Followers* yang sudah mencapai angka tersebut akan bisa menambahkan *link* pada *Insta Story*-nya. Hal ini sangat berguna bagi *stalker* agar lebih mudah mengakses informasi.

Gambar 12: Insta Story @manaberita



Sumber: Instagram @manaberita (diakses pada 12 Juli 2018)

Setelah melakukan serangkaian strategi di atas terutama di *Instagram*, kini @manaberita memiliki *followers* mencapai 74.500 (74,5k) secara alami tanpa bantuan beli *followers*. Dan ini pun berdampak pada jumlah pembaca berita tetap. Paling sedikit www.manaberita.com meraih 1000 *viewers* untuk satu berita viral dan kenaikan jumlah *followers*-nya mencapai 2000 setiap minggu. Jurnalis berita viral media *online* www.manaberita.com mengatakan,

“Media *online* www.maanaberita.com bisa saja menggunakan aggregator untuk mendapat banyak pembaca.

Tetapi kami memilih untuk mendapatkan *viewers* secara murni atas upaya tim di dalamnya, bukan memiliki banyak pembaca setia karena bantuan alat atau aplikasi.”¹⁰²

Agregator atau yang disebut dengan pembaca umpan (*feed reader/news reader*) adalah suatu klien (perangkat lunak) atau layanan *web* yang mengumpulkan isi *web* terindikasi seperti tajuk berita, *blog*, *podcast* dan *vlog* pada suatu lokasi agar mudah untuk dibaca. Agregator lebih dikenal sebagai aplikasi (berupa aplikasi dekstop atau *web-based*) yang memanfaatkan *Really Simple Syndication* (RSS).

RSS adalah satu sistem indikasi yang memungkinkan seseorang untuk mendapatkan *update* atau artikel terbaru dari situs-situs favorit secara otomatis. Sehingga pengguna bisa mengumpulkan berbagai macam berita dari berbagai *website* di dalam satu halaman. Contoh agregator adalah UC Browser, BaBe, Kurio dan lain-lain.¹⁰³

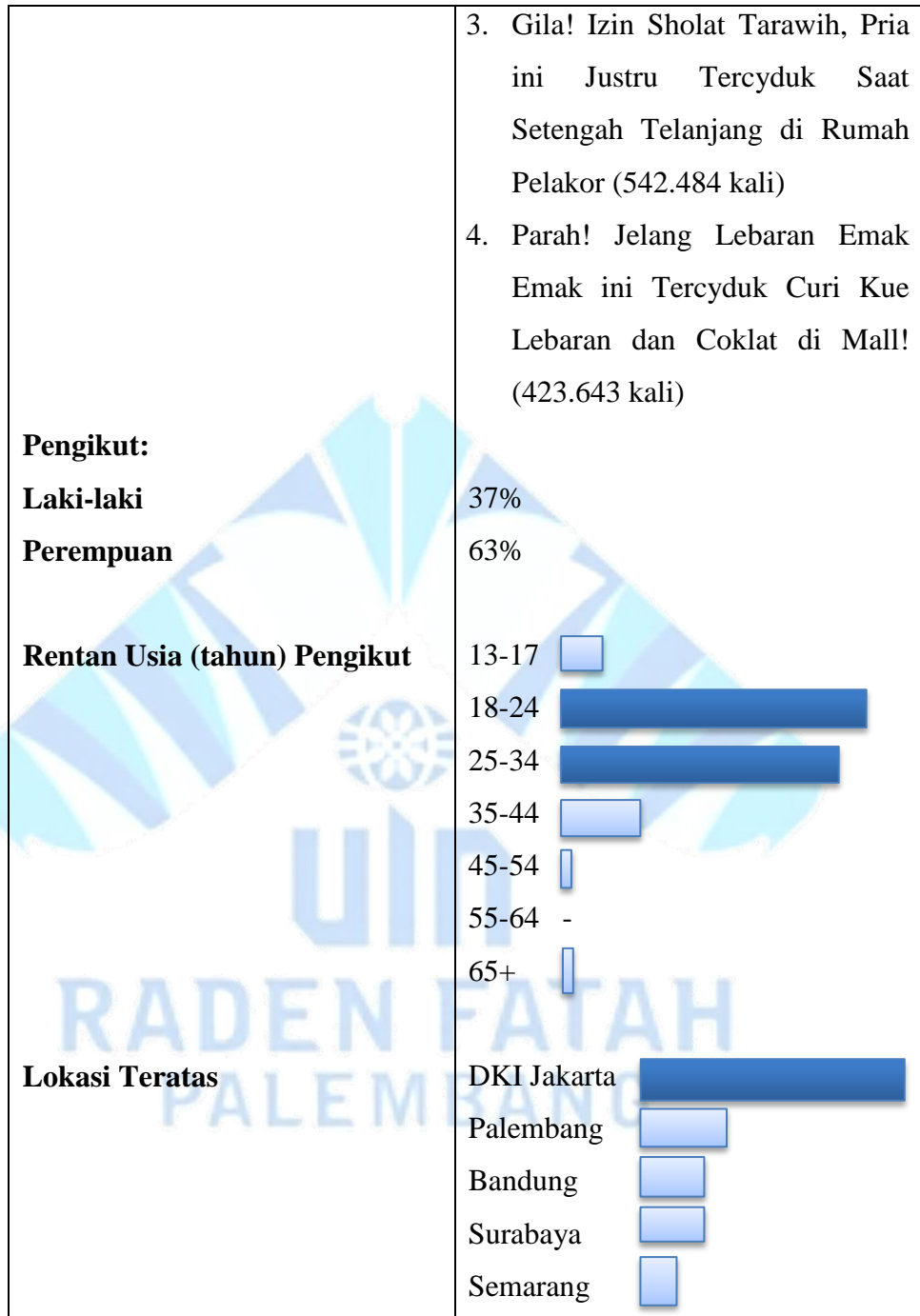
¹⁰² Fadilla, *Jurnal* Berita Viral www.manaberita.com, *Wawancara*, 6 Juni 2018.

¹⁰³ Harry J. Husni, *Manfaatkan Content Agregator*, www.ruangfreelance.com/mafaatkan-content-agregator/amp/, (diakses pada 26 Juni 2018 pukul 11:29 WIB).

Berikut keterangan akun *Instagram* www.manaberita.com:

Tabel 3: Akun Instagram @manaberita

Nama Akun	@manaberita
Jumlah Kiriman	3.149 kabar berita
Pengikut (<i>followers</i>)	64,8k = 64.844 <i>followers</i>
Yang diikuti	357 pengguna Instagram
Total ketukan di postingan atau profil (30 Mei – 5 Juni 2018)	252.600 kali
Kunjungan profil (23 Mei- 29 Mei 2018)	239.162 kali
Klik situs <i>web</i> (23 Mei- 29 Mei 2018)	12.542 kali
<i>E-mail</i> (23 Mei- 29 Mei 2018)	614 kali
Telepon	282 kali
Akun yang dijangkau dari 30 Mei – 5 Juni 2018	3.465.401 akun
Impresi (23 Mei- 29 Mei 2018)	18.651.087
Postingan kabar berita yang memiliki frekuensi dilihat paling banyak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merinding, Inilah Detik-detik Kematian Razan Al-Najjar, Perawat Sukarela Palestina yang Ditembak Mati Tentara Israel (793.956 kali) 2. Suku Primitif Berbadan Tinggi dan Berwajah Bule Datangi Desa di Maluku Utara, Siapa Mereka? Ini Penjelasannya! (542.618 kali)



Sumber: Insight @manaberita (diakses pada 6 Juni 2018)

b. *WhatsApp* (WA)

WhatsApp adalah aplikasi pesan instan untuk *smartphone* yang memiliki fungsi hampir sama dengan aplikasi *Short Message Service* (SMS) yang biasa dipergunakan di ponsel lama. Kerja *WhatsApp* tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet. Fitur-fitur *WhatsApp* yang dapat digunakan adalah mengirimkan pesan, foto atau video, *file/* berkas, rekaman, lokasi terkini, kotak dan lain-lain.

Pimpinan Redaksi www.manaberita.com mengatakan bahwa dengan menggunakan *WhatsApp*, tim akan mengirim *link-link* berita kepada seluruh kontak, termasuk narasumber dan grup. Biasanya narasumber akan antusias ketika dirinya masuk berita. Dan ini juga memungkinkan si narasumber membagikan kembali *link* berita tersebut kepada teman-teman dan kerabatnya.¹⁰⁴ Lebih lanjut, Admin media *online* www.manaberita.com mengatakan,

“Penggunaan *WhatsApp* hanya sebagai media *share* pendukung saja, yang utama tetap di *Instagram* yang sudah tentu memiliki ribuan *followers* dan bisa menjangkau banyak kalangan. Karena jika terus-menerus dikirim ke WA akan dianggap *spam*. Begitu juga di *Facebook* karena bisa di *baned* (blokir).”¹⁰⁵

¹⁰⁴ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

¹⁰⁵ Intan Nafisah, Admin www.manaberita.com, *Wawancara*, 6 Juni 2018.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak Viewers Pada Website www.manaberita.com

1. Faktor Pendukung

a. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Memadai

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam sebuah perencanaan organisasi atau perusahaan. Perencanaan SDM meliputi hal-hal detail dan teknis mengenai karyawan. Misalnya jumlah karyawan, karakteristik kebutuhan karyawan, dan perencanaan mengenai tugas apa yang akan dikerjakan oleh karyawan di perusahaan tersebut karena tingkat kemajuan suatu usaha juga ditentukan oleh SDM yang berkualitas dan berkompeten.

Menurut Pimpinan Redaksi www.manaberita.com dalam merekrut pegawai mereka sangat hati-hati dan melihat kemampuannya terlebih dahulu. Apakah dia merupakan wartawan untuk berita-berita regional atau khusus untuk berita viral. Dan sebelum menempatan pada ranah kerjanya ia juga melakukan tes menulis terlebih dahulu.¹⁰⁶

Khusus berita viral, media *online* www.manaberita.com menggunakan orang yang *lincah* menggunakan sosial media atau disebut *stalker*. *Stalker* lebih mengerti dan cepat tanggap terhadap kejadian atau berita di media sosial sehingga bisa menjadi bahan referensi untuk berita viral yang akan ditulis. Selain itu, seorang jurnalis berita viral juga

¹⁰⁶ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

bertugas mengelola akun Instagram agar semua yang di posting tersusus rapi dan tidak mendapat campur tangan dari pegawai lain.

Jurnalis berita viral media *online* www.manaberita.com, mengatakan bahwa dirinya adalah seorang admin dari salah satu akun *quote* di Palembang dan sudah memiliki ribuan *followers*. Dirinya juga seorang penulis di *Wattpad* dan sudah menerbitkan dua buah buku. Untuk itu ia ditempatkan pada bagian berita viral karena sering berurusan dengan media sosial.¹⁰⁷

Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa media *online* www.manaberita.com telah menggunakan Sumber Daya Manusia yang mumpuni dan memadai sesuai dengan kemampuan di bidang kerjanya.

b. Satu-satunya Media *Online* di Palembang dengan *Genre* Viral

Media *online* www.manaberita.com merupakan satu-satunya media *online* mandiri di Palembang yang memiliki gaya berbeda dalam menyajikan berita. Jika kebanyakan media massa menyajikan berita regional tentang politik, sosial, ekonomi dan lain-lain, www.manaberita.com 80% pemberitaannya adalah kejadian viral yang kebanyakan bersumber dari media sosial.

Pimpinan Redaksi media *online* www.manaberita.com mengatakan,

¹⁰⁷ Fadilla, Jurnalis Berita Viral www.manaberita.com, *Wawancara*, 6 Juni 2018.

“Media *online* www.manaberita.com ingin menjadi media yang memiliki ciri khas tersendiri agar konten yang disajikan tidak sama dengan media lain. Dan saat ini kami sudah menempati posisi yang bagus terutama di Palembang. Eksisnya www.manaberita.com saat ini dikarenakan jumlah *viewers* yang banyak dan semakin bertambah setiap harinya.”¹⁰⁸

Menurut penuturannya, inovasi dalam pemberitaan juga diperlukan sehingga apa yang disuguhkan sebuah media tidak monoton dan kaku. Inovasi ini juga akan mempengaruhi minat baca *viewers* terhadap sebuah media *online*. Mereka pasti mencari sesuatu yang berbeda dan lebih segar ketimbang memikirkan berita tentang permasalahan politik dan lain-lain.

c. Fasilitas Perusahaan

Perusahaan media *online* terutama yang masih merintis umumnya memiliki bangunan dan fasilitas sederhana. Media jenis ini tidak memerlukan banyak peralatan seperti media cetak dan elektronik karena bisa dikerjakan cukup dengan satu komputer bahkan dengan *smartphone* saja. Meski begitu fasilitas www.manaberita.com sudah memadai dan dipastikan tidak akan menghambat pekerjaan.

Pimpinan Redaksi www.manaberita.com menjelaskan bahwa media ini hanya menggunakan rumah biasa sebagai ruang kerja. Namun segala fasilitas yang digunakan sudah sangat mendukung aktivitas media

¹⁰⁸ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

tersebut seperti *wifi* dengan kecepatan *up to 100Mbps download* dan *up to 50Mbps upload*, komputer, laptop, printer dan lain-lain.¹⁰⁹

Hal serupa juga diutarakan oleh Admin www.manaberita.com yang mengatakan bahwa dirinya nyaman dengan fasilitas yang ada. Peralatan dan keperluan kerja juga dilengkapi dengan fasilitas rumah seperti dapur dan kamar mandi. Selain fasilitas kantor, para wartawan dan admin diberikan hak berupa kuota internet gratis per bulan untuk kepentingan pribadi.¹¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang ada di media *online* www.manaberita.com sudah baik dan membantu pekerjaan dengan maksimal.

d. Penghasilan dari Google AdSense

AdSense adalah program kerjasama periklanan melalui media Internet yang diselenggarakan oleh Google. Melalui program periklanan AdSense, pemilik situs *web* atau *blog* yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya diperbolehkan memasang unit iklan yang bentuk dan materinya telah ditentukan oleh Google di halaman *web* mereka.

Pemilik situs nantinya akan mendapatkan pemasukan berupa pembagian keuntungan dari Google untuk setiap iklan yang diklik oleh pengunjung situs, yang dikenal sebagai sistem *Pay Per Click* (PPC) atau

¹⁰⁹ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

¹¹⁰ Intan Nafisah, Admin www.manaberita.com, *Wawancara*, 6 Juni 2018.

bayar per klik. Untuk itu setiap *publisher* AdSense tentunya mengharapkan mendapat klik yang banyak, dengan begitu penghasilan yang didapatkan pun akan meningkat.

Pimpinan Redaksi media *online* www.manaberita.com mengatakan bahwa penghasilan yang didapat dari Google AdSense belum terlalu besar. Sebulan masih Rp.6.000.000,- karena untuk masuk ke Google AdSense sendiri tidak mudah. Agar penghasilan terus naik maka media ini juga perlu menjaga isi dan konsistensi pemberitaan.”¹¹¹

2. Faktor Penghambat

a. Gangguan pada *Website*

Gangguan pada *website* memang menjadi penghambat saat sedang menaikkan berita. Biasanya *website* tidak bisa diakses atau dibuka pada semua komputer termasuk laptop untuk beberapa jam ke depan bahkan beberapa hari. Hal ini disebabkan oleh kesalahan ketika melakukan pengaturan *Domain Name System* DNS dan *Name Server*.

Salah seorang petugas *Maintenance Website* mengatakan bahwa solusi yang bisa dilakukan untuk mengatasi kesalahan setting DNS dan NS adalah dengan memperbaikinya menggunakan alamat NS yang benar. Untuk melakukan perbaikan ini mereka harus memiliki akses ke halaman domain panel, bukan *Panel Hosting*.”¹¹²

¹¹¹ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

¹¹² Ebbby, *Maintenance Website* www.manaberita.com, *Wawancara*, 9 Juni 2018.

Selain Kesalahan pada DNS, gangguan lainnya adalah karena IP *website* terblokir oleh *server*. Hal ini disebabkan oleh gangguan luar seperti *hacking* (aktivitas peretasan komputer) yang sengaja merusak sistem *website* Manaberita.com.

Pimpinan redaksi www.manaberita.com mengatakan,

“Hal yang dilakukan saat *website* mengalami gangguan adalah tim www.manaberita.com tetap melanjutkan pekerjaan namun berita-berita yang dikirim disimpan terlebih dahulu. Ketika dalam masa perbaikan *website*, para jurnalis tetap mengirimkan berita seperti biasa terutama berita viral karena tidak akan basi untuk beberapa hari ke depan.”¹¹³

Jadi, apabila *website* www.manaberita.com sedang mengalami gangguan, maka Pimpinan Redaksi akan menyerahkan kepada pihak PD Tech selaku *maintenance website*. Sedangkan pegawai lain tetap melaksanakan tugasnya masing-masing.

b. *Haters*

Haters berasal dari bahasa Inggris '*hate*' yang artinya membenci. *Haters* bisa dikatakan orang yang membenci sesuatu secara berlebihan sampai berusaha menjatuhkan yang tidak disukainya. Tidak bisa dipungkiri bahwa peran *haters* sangat mengganggu kehidupan manusia bahkan sebuah akun yang digunakan untuk hal positif sekalipun.

Kemunculan *haters* di media sosial dapat merusak kepercayaan diri seseorang. Komentar pedas yang berisi sumpah serapah tidak sedikit

¹¹³ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

menyakiti hati orang lain. Ini bukan hanya terjadi pada akun perseorangan saja tapi juga akun perusahaan. Pimpinan Redaksi www.manaberita.com mengatakan bahwa komentar netizen terutama di Instagram terkadang membuat *down* mental admin.

Pegawai perusahaan tidak bisa mencegah sebuah komentar baik itu positif atau negatif di akunnya. Akan tetapi mereka tetap menerima dengan baik kritik dan saran yang diberikan oleh *viewers*. Dan ia sendiri juga terus mengingatkan kepada admin agar tidak membaca komentar negatif yang pastinya akan berdampak buruk bagi mental dan perkembangan perusahaan.”¹¹⁴

Senada dengan hal tersebut, Admin www.manaberita.com juga mengeluhkan sikap netizen yang tidak bijak dalam menghadapi persoalan. Contohnya ketika dirinya menaikkan berita viral tentang seorang artis, apabila ada kesan yang kurang menyenangkan terhadap idolanya, *haters* langsung berbondong-bondong menyerang kolom komentar bahkan menggunakan ungkapan yang tidak sopan.¹¹⁵

C. Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan serangkaian strategi di atas, media *online* www.manaberita.com telah berhasil mencapai beberapa keuntungan baik bagi

¹¹⁴ Aan Ariadin, Pimpinan Redaksi www.manaberita.com, *Wawancara*, 7 Juni 2018.

¹¹⁵ Intan Nafisah, Admin www.manaberita.com, *Wawancara*, 6 Juni 2018.

kenaikan jumlah *viewers* maupun penghasilan untuk kas perusahaan. Pencapaian-pencapaian tersebut antara lain:

1. Peringkat di Alexa (*Alexa Rank*)

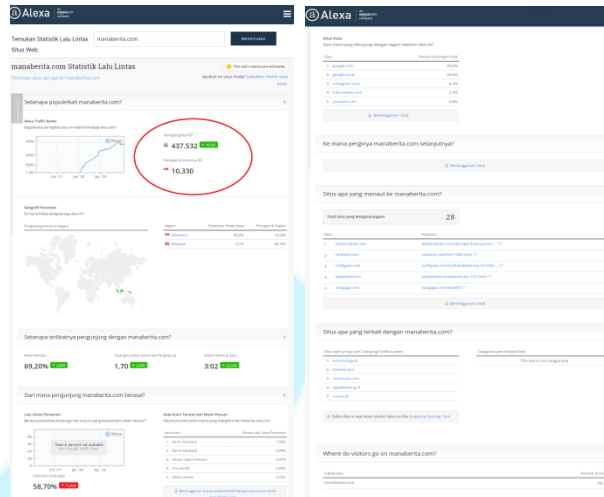
Alexa rank merupakan peringkat untuk sebuah *website* atau blog berdasarkan trafik dan banyaknya jumlah pengunjung. Data trafik tersebut diambil berdasarkan *browser* pengunjung *website* atau blog yang dikelola. Sehingga semakin kecil angka yang diperoleh maka semakin tinggi peringkat yang di dapat.¹¹⁶

Alexa traffic rank cukup penting bagi pemilik *website* atau *blogger* yang ingin menjadikan halamannya di internet sebagai *monetize blog* karena kebanyakan menggunakan *alex rank* sebagai syarat atau patokan dalam menentukan nilai dari sebuah *webiste*. *Monetize blog* adalah melakukan suatu usaha untuk mendapatkan uang dengan jalan menggunakan *blog*.

¹¹⁶ wikishare27.wordpress.com/analisis-website-dengan-alex-rank/ (diakses pada 10 Juli 2018 pukul 17:58 WIB).

Berikut peringkat www.manaberita.com versi alexa rank:

Gambar 13: Alexa Rank www.manaberita.com



Sumber: www.alexa.com/siteinfo/manaberita.com

Keterangan:

- Peringkat global (*global rank*), merupakan peringkat secara global atau negara. Saat ini www.manaberita.com berada pada peringkat 437.532. naik 76.530 dari peringkat sebelumnya terhitung selama tiga bulan.
- Peringkat di Indonesia (*rank in Indonesia*), peringkat www.manaberita.com di negaranya sendiri adalah 10.330.
- Rasio pentalan (*bounce rate*), yaitu menampilkan presentase jumlah pengunjung yang langsung meninggalkan blog atau *website* setelah membuka sebuah halaman. *Bounce rate* www.manaberita.com adalah 69,20% dan naik 4%.

- d. Tayangan laman harian per pengunjung (*daily pageviews per visitor*), akan menampilkan presentase rata-rata pengunjung setiap harinya. Angka rata-rata *visitor* www.manaberita.com per harinya adalah 1,70 naik 9%.
- e. Waktu harian (*daily time on site*), yaitu waktu lama *visitor* tiap harinya yang mengunjungi *website* tersebut. Di situs www.manaberita.com waktu hariannya adalah 3:02 naik 20%.
- f. Negara, presentase pengunjung, dan peringkat negara artinya bahwa jumlah pengunjung *website* www.manaberita.com yang berasal dari negara Indonesia memiliki presentase 65% dan mendapat peringkat 10,330 di Indonesia. Sedangkan pengunjung dari Malaysia memiliki presentas 4,7% dan berada pada peringkat 60,755 di negaranya.
- g. Lalu lintas pencarian (*search traffic*) dan kata kunci (*keyword*), menampilkan presentas pengunjung situs dengan mesin pencari dan *keyword* menunjukkan kata kunci teratas yang mengirim *search traffic* ke situs ini dari mesin pencari utama selama enam bulan terakhir. *Search traffic* www.manaberita.com adalah 58,70% dan kata yang sering digunakan adalah baron lesmana sebanyak 7%.¹¹⁷

¹¹⁷ www.alexa.com/siteinfo/manaberita.com# (diakses pada 10 Juli 2018 pukul 19:34 WIB).

Berikut kelebihan menggunakan Alexa sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah *website*:

1) Komersial (*Monetize*)

Inilah tujuan utama bagi kebanyakan *bloggers* atau *webmasters*. Bila berkaitan dengan meraih “penghasilan” melalui iklan dan program *marketing*, memang Alexa *Rank* ini sangat penting. Semakin bagus ranking Alexa suatu *blog* atau *website*, maka akan semakin besar peluang untuk memperoleh penghasilan yang besar pula. Kebanyakan para pengiklan dan program afiliasi (*marketing*) bergengsi akan lebih tertarik pada situs yang sudah populer.

2) Pribadi

Bila hasil karya dan hasil kerja di hargai dan di sukai oleh orang lain, pasti akan sangat membanggakan. Dengan peringkat Alexa yang bagus, itu artinya banyak orang yang gemar akan konten dan informasi yang dibagikan.

3) Persaingan

Alexa *rank* akan menempatkan sebuah situs dalam jajaran peringkat dunia bersama trilyunan *website* besar lainnya. Ini membuat situs pribadi atau bisnis terlihat bergengsi. Data Alexa lumayan detail, dimana pemilik *website* bisa mengetahui seberapa populer *blog* atau *website* yang dikelola, dari mana *visitor* mengetahui situs, berapa banyak *link* yang mengarah ke *blog* atau *website* yang dicari, dan masih banyak lagi.¹¹⁸

¹¹⁸ wikishare27.wordpress.com/analisis-website-dengan-alexa-rank/ (diakses pada 10 Juli 2018 pukul 20:41 WIB).

2. Endorse

Gambar 14: Contoh *Endorsement* di *Instagram* www.manaberita.com



Sumber: *Instagram @manaberita* (diakses tanggal 13 Juli 2018)

Istilah *endorse* atau *endorsement* dalam pemasaran *online* memiliki arti berupa sebuah dukungan atau saran yang diberikan kepada sebuah produk dan jasa, dimana dukungan tersebut dilakukan oleh seseorang yang memiliki pengaruh atau *public figure*, misalnya seorang artis.

Endorse juga bisa diartikan sebagai jenis iklan tertentu yang memanfaatkan selebriti atau seorang profesional untuk mengatakan hal baik tentang sebuah produk atau layanan. Dari sisi pemilik produk atau *brand* akan mendapatkan keuntungan karena memakai nama orang atau akun terkenal untuk mempromosikan produk miliknya.

Biasanya akun yang mendapat *endorse* memiliki *followers* ribuan. Semakin banyak *followers* sebuah akun maka semakin banyak pula tawaran untuk mempromosikan produk. Begitu juga yang dialami media *online*

www.manaberita.com ketika pengikutnya sudah mencapai puluhan ribu, banyak perusahaan yang menawarkan untuk mengiklankan produknya di akun *Instagram* www.manaberita.com.

Jurnalis berita viral sekaligus pengelola media sosial saat ditemui menjelaskan bagaimana sistem pembayaran untuk *endorse*,

“www.manaberita.com mendapat tawaran *endorse* 10 sampai 15 produk per bulan. Media kami hanya mengambil beberapa saja yang dianggap sesuai mengingat ini adalah *Instagram* berita. Untuk pembayarannya beragam, paling rendah Rp.50.000,-. Semua disesuaikan dengan durasi pemasangan dan akan berbeda lagi harganya kalau dipasang di *Insta Story*.”¹¹⁹

3. *Repost*

Kata *repost* berasal dari gabungan kata ‘*re*’ yang artinya mengulang dan ‘*post*’ yang artinya tayangan. Jadi *repost* adalah memuat ulang tayangan seseorang untuk dinaikkan di akun atau media sosialnya sendiri. Biasanya akun yang di *repost* ini memiliki konten menarik, unik, lucu dan penting untuk dibagikan ke orang lain. Semakin banyak *repost* postingan sebuah akun maka semakin terkenal pula akun tersebut nantinya.

Postingan www.manaberita.com di *Instagram* sudah banyak di-*repost* mulai dari akun-akun biasa sampai akun yang memiliki puluhan ribu *followers*. Bahkan salah satu artikel www.manaberita.com sudah pernah masuk dalam acara Pagi-pagi Pasti Happy di Trans 7 yang dibawakan oleh Uya Kuya dan Nikita Mirzani. Seperti contoh-contoh di bawah ini:

¹¹⁹ Fadilla, Jurnalis Berita Viral www.manaberita.com, *Wawancara*, 6 Juni 2018.

Gambar 14: Screenshoot Acara Pagi-pagi Pasti Happy Trans 7



Sumber: Akun Instagram Jurnalis Berita Viral www.manaberita.com (@azeelamalix)

Gambar 15: Akun Instagram OMG Indonesia



Sumber: Instagram @omg.indonesia.id (diakses pada 10 Juli 2018)

Gambar 16: Akun Instagram @kabarutama



Sumber: Instagram @kabarutama (diakses pada 10 Juli 2018)

Tabel 4: Rekapitulasi Hasi Penelitian

No.	Strategi	Uraian	Rekapitulasi	Hasil
1.	Kerja Sama Tim	Pencarian berita (<i>Searcing</i>)	Pencarian (<i>searching</i>) berita viral dilakukan oleh jurnalis yang sudah memiliki pengalaman di media sosial.	Baik
		Penyuntingan (<i>Editing</i>)	<i>Editing</i> berita dilakukan oleh editor yang berpengalaman.	Baik
		Penerbitan (<i>Publishing</i>)	Penerbitan berita dilakukan setiap hari dengan jumlah minimum 20 berita per harinya. Tugas ini dilakukan oleh Admin Manaberita.com.	Baik
		Penyebaran (<i>Sharing</i>)	<i>Share</i> berita menjadi tugas seluruh jajaran	Baik

			<p>redaksi yang ada di Manaberita.com. Setiap orang wajib menyebarkan <i>link</i> berita di media sosial. Instagram perusahaan hanya dikelola oleh admin dan Pimpinan Redaksi Manaberita.com.</p>	
2.	<p>Judul yang Bombastis</p>	<p>Penggunaan tanda seru (!) dan tanda koma (,) pada judul</p>	<p>Penggunaan kedua tanda pada judul berita di Manaberita.com berhasil menarik minat pembaca sehingga untuk satu berita viral <i>viewers</i>-nya mencapai 1000 lebih.</p>	<p>Efektif</p>
3.	<p>Melalui Media Sosial</p>	<p><i>Instagram</i> a. Akun bisnis</p>	<p>Akun bisnis digunakan untuk mengubah profil <i>Instagram</i></p>	<p>Memiliki <i>followers</i> dan <i>viewers</i> berita</p>

			<p>www.manaberita.com dari akun biasa mejadi akun perusahaan, sehingga aktivitas di Instagram Manaberita.com bisa terpantau lewat wawasan (<i>insight</i>).</p>	<p>mencapai puluhan ribu.</p>
		<p>b. <i>Hashtag</i></p>	<p>Penggunaan <i>Hashtag</i> untuk memudahkan mengkategorikan sebuah produk atau <i>event</i>. <i>Hashtag</i> juga digunakan untuk memudahkan pencarian sesuai dengan kategorinya.</p>	<p><i>Hashtag</i> #manaberita di <i>Instagram</i> mencapai 5.049.</p>
		<p>c. Menandai (<i>Tag</i>)</p>	<p>www.manaberita.com banyak menandai akun-akun <i>Instagram</i> lain yang berkaitan dengan berita</p>	<p><i>Posting-an</i> @manaberita sering di <i>repost</i> oleh akun-akun</p>

		yang di <i>posting</i> agar berita semakin menyebar luas.	lain.
	d. <i>Insta Story</i>	<i>Insta Story</i> memudahkan www.manaberita.com dalam mengakses berita karena disediakan fasilitas untuk menambahkan <i>link</i> .	<i>Followers</i> mendapat <i>link</i> di <i>Insta Story</i> .
	<i>WhatsApp</i>	<i>WhatsApp</i> digunakan untuk menyebarkan <i>link</i> terutama kepada kontak narasumber dan grup yang dimiliki masing-masing pegawai.	Efektif menambah jumlah <i>viewers</i> .

Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi penyebaran berita viral untuk meraih banyak *viewers* di *website* www.manaberita.com melalui kerja sama tim, penggunaan judul yang bombastis dan penyebaran melalui media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* sudah berhasil, bahkan menghasilkan keuntungan. Semua elemen yang ada di media tersebut juga sudah terintegrasi dengan baik dan didukung oleh sarana yang memadai.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

Kerja sama tim antar pegawai media *online* www.manaberita.com yang terdiri dari Pimpinan Redaktur (pimred), wartawan, admin dan pengelola *website* berjalan baik dan sesuai rencana. Proses pengolahan hingga penyebaran berita dilakukan secara bersama-sama agar lebih cepat sampai ke tangan warganet.

Media *online* www.manaberita.com dalam menarik minat pembaca menggunakan judul yang bombastis untuk setiap berita viral yang dimuat. Judul tersebut menggunakan penegasan kalimat di kata pertama dengan dibubuhi tanda seru (!) dan selanjutnya dominan menggunakan tanda koma (,) dalam satu judul.

Adapun dalam penyebaran berita viral, media *online* ini juga menggunakan media sosial yaitu *Instagram* dan *WhatsApp*. Di *Instagram*, akun www.manaberita.com sudah memiliki puluhan ribu *followers* sehingga memudahkan media ini dalam memperoleh jumlah *viewers*. Begitu juga dengan pemanfaatan *WhatsApp* sebagai alat *share* pendukung untuk meningkatkan jumlah *viewers* berita.

Selain itu, terdapat faktor pendukung dari strategi-strategi di atas sehingga tujuan memperoleh banyak *viewers* dapat terwujud yakni, Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai dan profesional dalam melaksanakan tugas, fasilitas

perusahaan yang mendukung, merupakan satu-satunya media *online* mandiri di Palembang yang mengusung *genre* viral dan telah memperoleh penghasilan dari Google AdSense.

Sedangkan faktor penghambat media *online* ini yaitu seperti gangguan pada *website* yang menyebabkan *error* untuk beberapa jam bahkan sampai beberapa hari dan peran *haters* di media sosial yang dapat mempengaruhi kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada.

Strategi yang sudah dijalankan media *online* www.manaberita.com efektif dalam meningkatkan perolehan jumlah pembaca (*viewers*). Hal ini dibuktikan dari kenaikan ranking pada *website* alexa.com, banyaknya tawaran *endorsement* dan pemuatan ulang berita-berita baik di media massa maupun media sosial lain.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis menyarankan beberapa hal berikut:

1. Untuk Media *online* www.manaberita.com agar mampu mempertahankan ciri khas medianya sehingga masuk ke *search engine* teratas di Google.
2. Untuk pembaca (*viewers*) agar mampu menjadikan berita-berita di media *online* Manaberita.com sebagai referensi atau rujukan baca karena media ini menyajikan beragam informasi yang menarik.
3. Untuk peneliti lain agar mampu dijadikan sebagai bahan rujukan dan bahan penelitian selanjutnya mengenai aspek yang belum pernah dibahas. Misalnya dari segi pertahanan *website* atau perbandingan minat baca antara berita viral dan berita regional.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Risa. 2010. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Serba Jaya.
- Amrin, Alfiana Nengsi. 2017. "Strategi Koran Radar Selatan dalam Mempertahankan Pelanggan di Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan". Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin.
- Ali, Mohammad. 2014. *Memahami Riset Perilaku dan Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) RI. 2016. Aplikasi KBBI.
- Bungin, Burhan. 2014. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cutlip, Scott M. *et.al.* 2006. *Effective Public Relations*, terj. Tri Wibowo, B.S. Jakarta: Kencana.
- Djamal, Hidajanto dan Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Huang, Rico. 2016. *E-book: 10 Juta Pertama dari Jualan di Instagram*. Pasukanalona.com.
- Indrayanto. 2017. *Metodologi Penelitian Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Palembang: CV. Amanah.
- Kaswan. 2013. *Leadership dan Teamworking*. Bandung: Alfabeta.
- Komputer, Wahana. 2005. *Seri Buku Pintar: Menjadi Administrator Jaringan Komputer*. Yogyakarta: Andi.
- Kurniawan, Harlis. 2013. *Cara Cepat Mahir Editing: Kiat Singkat Jadi Manajer Bahasa Buku dan Media Massa*. Depok: Mutiara Allamah Utama.
- Laudon, Kenneth C. dan Jane P. Laudon. 2005. *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital Edisi 8*, terj. Erwin Philippos. Yogyakarta: Andi.
- Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Margianto, J. Heru dan Asep Syaefullah. 2012. *Media Online: Pembaca, Laba dan Etika*. Jakarta: AJI Indonesia.
- Martono, Nanang. 2015. *Metodologi Penelitian Sosial: Konsep-konsep Kunci*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moriarty, Sandra *et.al.* 2011. *Advertising*, terj. Triwibowo B.S. Kencana.
- Morrisan. 2012. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- . 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mutmainnah, Syahrina. 2016. "Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.com". Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana.
- . 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Oxford University. 2008. *Oxford Learner's Pocket Dictionary*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Rifefan, Muhamad. 2014. "Penggunaan Media Online dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis". Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rolnicki, Tom E. dkk. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme: Scholastic Journalism*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuasa Cendekia.
- Sakti, Satria. 2014. "Strategi Portal Berita Tribun Timur.com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak". Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- Severin, *et.al.* 2005. *Communication Theories: Origins, Methods & Uses in the Mass Media*, terj. Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugihartati, Rahma. 2014. *Perkembangan masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana.

Sumadiria, AS Haris. 2010. *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Straubhaar, Joseph *et.al.* 2010. *Media Now: Understanding media, Culture, and Technology Seventh Edition*. USA: Wadsworth.

Thompson, Arthur A. *et.al.* 2006. *Strategy: Core Concepts, Analytical Tools, Readings*. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Tim Mercu Buana. 2012. *The Reposition of Communication In The Dynamic of Convergence: Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2014. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Wibowo, Wahyu. 2015. *Menjadi Penulis dan Penyunting Sukses*. Jakarta: Bumi Aksara.

Winardi, J. 2003. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana.

Yunus, Syarifudin. 2015. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Grup.

The American Heritage Dictionary, <http://ahdictionary.com/word/search/html>.

Manaberita.com/2018/03/6-fakta-kasus-pembunuhan-tri-widyantoro-dari-antar-Penumpang-hingga-pulang-tinggal-tulang/.

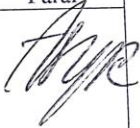





Manaberita.com/11/diburu-ratusan-ojol-redi-ogah-tampakkan-diri/.

Manaberita.com/2017/11/menghilang-seharian-ternyata-setya-novanto-kecelakaan/ (Diakses Tanggal 14 November 2017 Pukul 10:15 WIB)

Manaberita.Com/2017/11/Rina-Nose-Lepas-Hijab-Ada-Apa/ (Diakses Tanggal 14 November 2017 Pukul 10:15 Wib)

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Nadia Elrani
 NIM : 14530075
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
 Jurusan : Jurnalistik
 Judul Skripsi : Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak *Viewers* pada *Website* www.Manaberita.com
 Pembimbing I : Dr. Achmad Syarifuddin

No.	Hari/ Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1	19-2-2018	Proposal Skripsi Saran: buat outline, buat APD perbaiki kekurangan tulis dan Referensi di perbaiki.	
2	20-2-2018	Revisi Proposal Buat Bab II	
3	15-5-2018	Bab II dan APD : - APD oleh Bab II diperbaiki lagi diujungi Bab. - ulang surat izin survey	
4	13-7-2018	Revisi Bab II Lanjutan Bab Keseluruhan	
5	20-7-2018	Bab Keseluruhan Saran: perbaiki judul bab I Kesimpulan direvisi ulang - Jenis kertas disesuaikan, pas setiap sesuai standar	
6	30-7-2018	Gandakan dan daftar uraian managoryah skripsi.	

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Nadia Elrani
 NIM : 14530075
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
 Jurusan : Jurnalistik
 Judul Skripsi : Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak *Viewers* pada Website www.Manaberita.com
 Pembimbing II: Anang Walian, MA., Hum

No.	Hari/ Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1.	Rabu, 25-4-2018	Acc bab I.	<i>Far</i>
2.	Kamis, 26-4-2018	Revisi bab II. * Teori Komunikasi Massa * Teknik penulisan.	<i>Far</i>
3.	Jumat, 4-5-2018	Acc bab II.	<i>Far</i>
4.	Senin, 28-5-2018	Revisi bab III * Footnote * Teknik penulisan * dll.	<i>Far</i>
5.	Senin, 4-6-2018	Acc bab III	<i>Far</i>
6.	Rabu, 6-6-2018	Bab IV Revisi instrumen penelitian.	<i>Far</i>
7.	Kamis, 15-7-2018	Revisi bab IV * penulisan * Teori	<i>Far</i>
8.	Jumat, 20-7-2018	Acc bab IV * lanjut bab I	<i>Far</i>
9.	26-7-2018	Acc bab I - V. Siap diajukan ke Ujian Munqasah.	<i>Far</i>

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Nadia Elrani
NIM : 14530075
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : **Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak Viewers pada Website *www.manaberita.com***

No.	Daftar Perbaikan
1.	Kata Pengantar
2.	<i>Foot Note</i>
3.	EYD
4.	Penambahan Contoh Berita Viral
5.	Kesimpulan

Palembang, 6 September 2018

Penguji I

Penguji II



Dra. H. Dalinur M. Nur, MM

NIP 195704121986032003



Muzaivanah, M.Pd

NIP. 197604162007012012

PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Raden Fatah
Palembang
Di
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bersama dengan surat keterangan ini, kami beritahukan bahwa setelah mengadakan pemeriksaan serta perbaikan seperlunya sesuai dengan kebutuhan, maka kami berpendapat bahwa skripsi:

Nama : Nadia Elrani

NIM : 14530075

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Jurnalistik


Judul Skripsi : Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak *Viewers* pada *Website*
www.manaberita.com

telah disetujui untuk dilakukan penjilidan berdasarkan atas ketentuan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya terima kasih.


Wassalamualaikum Wr. Wb.

Penguji I


Dra. Hj. Dalinur M. Nur, MM
NIP 195704121986032003

Palembang, 6 September 2018

Penguji II


Muzaianah, M.Pd
NIP. 197604162007012012

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 24 TAHUN 2018

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S.1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- Menimbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri;
6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Dr. Achmad Syarifuddin NIP : 197311102000031003
2. Anang Walian, MA. Hum NIDN : 2005048701

Dosen Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : NADIA ERLANI
NIM/Jurusan : 14530075 / JURNALISTIK
Semester/Tahun : GENAP / 2017 - 2018
Judul Skripsi : STRATEGI PENYEBARAN BERITA VIRAL UNTUK MERAH BANYAK VIEWERS PADA WEBSITE WWW.MANABERITA.COM

Kedua : Berdasarkan masa studi tanggal 19 Febuari Tahun 2019.
ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
PADA TANGGAL : 19 - 02 - 2018
AN REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI,



KUSNADI

TEMBUSAN :

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang ;
2. Ketua Jurusan KPI/BPI / Jurnalistik Fakultas Dakwah UIN - RF Palembang
3. Mahasiswa yang bersangkutan

PT. Tri Tunggal Media

Jalan Gersik Singkil No. 1515 C, Kota Palembang
E-mail : redaksimana@gmail.com
Website : <http://www.manaberita.com>



No : 311/MABER/VI/2018
Hal : Konfirmasi Permohonan Izin Penelitian
Lampiran :-

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah & Komunikasi
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Di -

Tempat

Sehubungan dengan surat nomor B.465/Un.09/V.1/PP.00.9/06/2018 mengenai permohonan izin penelitian di Manaberita.com, maka kami memberitahukan bahwa Manaberita.com menerima penawaran tersebut.

Demikian untuk dimaklumi, atas kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Pimpinan Umum

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fansori Aan Ariadin', is written over a faint, rectangular stamp that contains the logo of PT. TRI TUNGGAL MEDIA.

Fansori Aan Ariadin

Instrumen Pengumpulan Data (IPD) Wawancara

Judul Skripsi : Strategi Penyebaran Berita Viral untuk Meraih Banyak *Viewers* Pada *Website* www.manaberita.com

1. Kapan media *online* www.manaberita.com didirikan?
2. Faktor apa yang melatarbelakangi berdirinya media *online* www.manaberita.com?
3. Media *online* www.manaberita.com merupakan media yang ber-*genre* apa?
4. Bagaimana struktur organisasi di media *online* www.manaberita.com?
5. Apa visi dan misi media *online* www.manaberita.com?
6. Bagaimana segmentasi pembaca di media *online* www.manaberita.com?
7. Bagaimana mekanisme kerja wartawan yang ada di media *online* www.manaberita.com?
8. Berapa jumlah berita yang harus di *publish* setiap harinya?
9. Prinsip kerja seperti apa yang digunakan di media *online* www.manaberita.com?
10. Bagaimana proses keredaksian di media *online* www.manaberita.com?
11. Bagaimana strategi media *online* www.manaberita.com dalam menyebarkan berita viral untuk memperoleh *viewers* sebanyak-banyaknya?
12. Apakah ada perintah atau ketentuan dari redaksi dalam menyebarkan berita viral?
13. Cukup efektifkah strategi yang digunakan media *online* www.manaberita.com?
14. Strategi apa yang akan digunakan ketika *website* atau media sosial mengalami gangguan?
15. Apa faktor pendukung dalam menyebarkan berita viral di media *online* www.manaberita.com?
16. Apa faktor penghambat dalam menyebarkan berita viral di media *online* www.manaberita.com?
17. Solusi apa yang ditawarkan untuk mengatasi hambatan dalam menyebarkan berita viral di media *online* www.manaberita.com?

Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
JL. PROF. K.H. ZAINAL ABIDIN FIKRY KM 3.5 PALEMBANG 30126 TEL.P. 0711-354668 FAX. 0711-356209



SERTIFIKAT

Nomor : In.03 / 10.1 / Kp.01 / 040 / 2015

Diberikan kepada :

NADIA ELRANI
NIM : 14530075

Telah dinyatakan **LULUS** dalam mengikuti Pendidikan dan Pelatihan Keahlian Komputer yang diselenggarakan oleh PUSTIPD UIN Raden Fatah pada Semester I dan Semester II Tahun Akademik 2014 - 2015

Transkrip Nilai :

Program Aplikasi	Nilai	Nilai Akumulasi
Microsoft Word 2007	B	B
Microsoft Excel 2007	A	

Palembang, 06 Juli 2015
Kepala Ubit,



[Signature]
M. Fauziddin, M.Kom
NIP. 19750522 201101 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS DAKWAH & KOMUNIKASI (FDK)

Sertifikat

B.///Iun.09N.1/PP.01.110y20 4

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama: **NADIA ELRANI**
 NIM : **14530075**

Telah mengikuti program pembinaan Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) dan telah lulus sesuai dengan syarat-syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan. Sertifikat ini dapat dipergunakan untuk mengikuti Kuliah Kerja Nyat (KKN) dan Munaaqasyah



NIP.19710918 200003 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
KULIAH KERJA NYATA (KKN) ANGKATAN 68 TAHUN 2018



Dengan Nama Allah SWT

Sertifikat

Nomor: B-1724/Un.09/PP.06/04/2018

Diberikan kepada:

Nadia Elirani

Tempat/Tgl Lahir : Sumber Mulyo, 25 September 1996

NIM : 14530075

Fakultas/Prodi : Dakwah & Komunikasi/Jurnalistik

Telah Melaksanakan Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan 68 Tahun 2018
Tema "KKN Berbasis Riset dan Pengembangan Potensi Lokal Berkarakter"
Dari Tanggal 20 Februari 2018 s/d 5 April 2018 di Kabupaten Muara Enim dan Prabumulih
dan 21 Februari 2018 s/d 6 April 2018 di Kabupaten Banyuasin.

Lulus dengan Nilai :A

Kepadanya Diberikan Hak Sesuai dengan Peraturan yang Berlaku.

Palembang, 23 April 2018



Daftar Riwayat Hidup

Nama : Nadia Elrani
Nama Pena : Nadia Lasvegas
Tempat, Tanggal Lahir : Sumber Mulyo, 25
September 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Sumber Mulyo RT 003
RW 005 Kec. Buay
Madang Timur Kab. OKU
Timur, Sumatera Selatan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
No. Handphone : 0816-4939-6363
E-mail : nadialasvegas96@gmail.com
Media Sosial : Instagram - @nadia_lasvegas
Facebook - Nadia Lasvegas
Twitter - @LasvegasNadia
WhatsApp/ Telegram – 081649396363



Riwayat Pendidikan dan Pelatihan

Periode			Sekolah	Jurusan
2003	-	2008	SD Muhammadiyah Sumber Mulyo	-
2009	-	2011	SMP N 1 Buay Madang Timur	-
2012	-	2014	SMA Muhammadiyah 2 Karang Tengah	IPA

1. 2018 - *Training* Nilai-nilai Olahraga sebagai *Volunteer* 18th Asian Games Jakarta Palembang 2018 di LIA English Course.
2. 2018 – *General Training* “*Communication Skill, Interpersonal Skill*, Etiket, Pariwisata dan Budaya sebagai *Volunteer* 18th Asian Games Jakarta Palembang 2018 di Hotel Horison Ultima Palembang.
3. 2018 – *Talkshow* Kolaboratif Bawaslu & Ika UNSRI, “Mewujudkan Masyarakat Sumatera Selatan yang Cerdas, Peduli dan Berpartisipasi Aktif dalam Menyukkseskan Pemilihan Kepala Daerah Sumatera Selatan” di Hotel Horison Ultima Palembang.
4. 2017 - Pelatihan Jurnalis Muda di Universitas Sriwijaya Palembang.
5. 2017 - *Workshop* Kajian Politik: Arah Sistem Politik Indonesia dalam Konteks Pemilu Serentak 2019” di UIN Raden Fatah Palembang.
6. 2017 – Praktek Kerja Lapangan di Pemerintah Kabupaten OKU Timur

“Feature 10 Petani Inspiratif OKU Timur”.
7. 2016 - Seminar Pengaruh Visualisasi Gambar pada Berita di UIN Raden Fatah Palembang.
8. 2015 - Seminar Nasional Jurnalisme Investigasi “Membongkar Kasus Korupsi di Indonesia” di UIN Raden Fatah Palembang.
9. 2015 - Seminar Nasional Kesiapan Mahasiswa Menghadapi MEA di Academic Center UIN Raden Fatah Palembang.

Riwayat Organisasi

Tahun	Nama Organisasi	Jabatan
2017 - Sekarang	Ikatan Wartawan <i>Online</i> OKU Timur	Wakil Sekretaris
2016 - Sekarang	Forum Mahasiswa BAZNAS Sumsel FORMAZ	Anggota Divisi Seni dan Budaya
2017	Radio RAFAH Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Programmer Acara
2014 - 2015	Even Organizer Kampus I4 Project	Sekretaris
2014 - 2015	Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Jurnalistik	Wakil Sekretaris Umum
2014 - 2015	Lembaga Bahasa Al – Istirqo Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Anggota
2014 - 2015	Mahasiswa Musik Kampus Religi (MMKR) UIN Raden Fatah Palembang	Anggota
2013 - 2014	Marching Band Gita Bahana SMAMDA Chailendra	Snar Drum
2012	Latihan Kepemimpinan IKA LKS OKU Timur	Anggota

DOKUMENTASI

Kantor Media *Online* Manaberita.com



Wawancara dengan Pimpinan Redaksi (Pimred) Manaberita.com



Wawancara dengan Admin Manaberita.com



Wawancara dengan Jurnalis Berita Viral



Aktivitas Menaikkan Berita



Aktivitas Menyebarkan Berita

