

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan arus informasi yang semakin derasnya kini sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Orang-orang dapat dengan mudah saling bertukar informasi serta dapat mengakses informasi tersebut di mana saja dan kapan saja asalkan terhubung dengan internet. Pada perkembangan yang cukup signifikan ini, pers ataupun media massa sebagai *agen of change* sekaligus berfungsi sebagai anjing penjaga (*watchdog*) diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik sesuai dengan perannya yakni mengontrol serta melakukan pengawasan terhadap informasi yang akan dikonsumsi oleh masyarakat secara luas. Jakob Oetama dalam bukunya yang berjudul *Pers Indonesia* mengatakan bahwa pers merupakan perpanjangan alat untuk memenuhi kebutuhan manusia terhadap informasi, hiburan, pendidikan dan keingintahuan mengenai peristiwa yang terjadi di sekitarnya (Oetama:1987:10).

Dewasa ini, transformasi dalam industri media massa yang sebelumnya analog kini menjadi digital pun membawa pengaruh terhadap bidang jurnalistik dan hal ini cenderung membuat media massa berlomba menjadi yang terbaik di tengah masyarakat. Sebelumnya, jurnalisme yang dipraktikkan pada media konvensional seperti; radio, surat kabar, telah mulai redup dan ketinggalan zaman. Konsep media senantiasa mengikuti dinamika peradaban manusia yang saat ini telah memasuki era masyarakat informasi (Aoyama & Castells, 2002). Untuk itu, media di era sekarang memiliki karakteristik yang semakin kompleks. Pada kenyataannya kini, perkembangan teknologi telah menimbulkan persaingan di dalam perusahaan media yang memproduksi berita. Oleh karena itu, tidak menutup kemungkinan bahwa para pemilik modal pun kiranya akan beramai-ramai melakukan bisnis informasi melalui pers. Pers sendiri sebagai lembaga, dapat dikelola secara tata laksana dan tata administrasi yang baik melalui manajemen profesional untuk dijadikan ajang bisnis.

Terlepas dari persaingan yang terjadi, perkembangan teknologi yang sedang terjadi pun tentunya mempunyai dampak negatif yang berjalan sejalan dengan dinamika tersebut, hal itu memang pernah terjadi jauh sebelum disadari seperti saat ini. Pada Maret tahun 2020, Pandemi Covid-19 mulai mewabah di Indonesia dan sontak menjadi topik besar di beragam pemberitaan oleh media massa baik *online* maupun *offline*. Laju pertukaran informasi di berbagai *digital platform* yang tersedia begitu dirasakan semenjak penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sejumlah wilayah yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 dan diteken langsung oleh Presiden Jokowi, masyarakat di berbagai tempat di Indonesia dapat dengan mudah mendapatkan informasi serta membagikannya ke orang-orang terdekatnya maupun menyebarkannya secara luas, kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) ini juga tidak lepas dari pengaruh negatif yang berkembang seperti; *hoax, fake news* dan sejumlah permasalahan yang terkait. Hanik Chumairoh dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa fenomena *hoax* menjadi pemberitaan yang kian marak di dunia maya serta dapat memberikan dampak negatif terhadap masyarakat yang rendah terhadap tingkat literasinya.

Pada Desember tahun 2020 Tribun News mulai eksis di kota Ambon di tengah situasi Pandemi Covid-19 yang cukup mencekam pada saat itu, dengan anggota seadanya mereka kemudian berperan aktif untuk mengelola media tersebut. Lahirnya Tribun di Kota Ambon yang berorientasi digital dan mengemas pemberitaan yang terkesan menarik sepertinya mempengaruhi persaingan pers ataupun media massa (*online dan offline*) lain yang telah eksis cukup lama dalam memproduksi berita. Dengan pengelolaan yang tergolong cukup baik, Tribun Ambon lalu mulai dikenal banyak orang pada saat itu khususnya masyarakat di wilayah Maluku. Progress yang terjadi pada prinsipnya tidak lepas dari strategi dalam pengelolaan internal perusahaannya serta peran kinerja atau kerja keras dari para SDM (Sumber Daya Manusianya) dan berikut, penulis akan sedikit menjelaskan mengenai divisinya. Tribun Ambon pada saat itu memiliki beberapa divisi yang berperan aktif yakni : Director, Pimpinan Redaksi,

Uploader/Editor- Uploader/Editor/SEO, Sosial Media, Video Production, Marketing, Reporter. Director memiliki fungsi sebagai pemimpin di Tribun Ambon dan Tribun Timur tugasnya mengawasi dan mengarahkan tujuan dan masa depan organisasi serta intens mengingatkan jalinan kerja sama antar perusahaan kepada Divisi Marketing. Kemudian Pimpinan Redaksi akan selalu mengawasi setiap format dari pemberitaan yang akan maupun yang telah dipublikasi kepada rekan-rekan yang berada dibawahnya. Adapun juga, dengan keterbatasan SDM (Sumber Daya Manusia) beberapa yang telah aktif berpartisipasi kemudian harus mengambil peran ganda seperti, Uploader/Editor, ia juga mengambil tanggung jawab sebagai Koordinator Liputan.

Tribun Ambon dalam perkembangan terakhir telah menjadi media informasi digital yang cukup populer belakangan ini di kota Ambon, hal itu dilihat dari (followers) instagramnya pada waktu setahun kemarin. Perbandingannya cukup signifikan yakni pada tahun 2021 hanya berkisar 4 .000 pengikut, hingga sekarang berdasarkan akun Instagram resminya Tribun Ambon saat ini telah mencapai 12.000 pengikut. Selain itu, subscriber youtube dari Tribun Ambon juga sekarang telah mencapai 13.000 dan tentunya masih akan bertambah apabila strateginya serta pengelolaannya dilakukan dengan baik.

Berdasarkan penjelasan di atas maka, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai strategi serta pengelolaan khususnya bidang redaksinya serta dalam menghasilkan suatu produksi berita yang menarik maupun aspek-aspek lain yang terkait

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi fungsi manajemen media massa yang dilakukan di dalam Tribun Ambon sebagai upaya dalam mempertahankan eksistensinya sebagai *New Media* di kota Ambon pada masa Pandemi Covid-19?

1.3. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan topik penelitian yang telah dipilih, penulis mengacu pada beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi dalam penyusunan penulisan penelitian ini.

Vidya Ayunita (2013) dengan topik penelitian : *Strategi Manajemen Suara Merdeka Untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan Dalam Menghadapi Media Kompetitor di Jawa Tengah*. Menyimpulkan dalam hasil penelitiannya, peluang Suara Merdeka sebagai media cetak masih sangat besar karena minat masyarakat terhadap koran masih tinggi sehingga pasar surat kabar tumbuh seiring dengan peningkatan pendidikan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi. Kemudian ancaman Suara Merdeka dan media cetak pada umumnya adalah perubahan perilaku masyarakat, terutama anak muda, yang mulai beralih ke media online.

Dirga Yusa Pramudita (2019) dalam topik skripsinya : *Manajemen Media Online dan Penggunaan Media Sosial pada Wonosobozone.com*". Menyimpulkan bahwa sebuah perusahaan media tentunya ingin selalu mempertahankan eksistensi mereka dalam dunia penyajian informasi yang baik, berimbang dan tidak berpihak. Untuk mencapai target tersebut, ada beberapa cara yang harus ditempuh. Cara yang ditempuh tersebut salah satunya adalah pengaktualisasian beberapa fungsi manajemen redaksi. Selain itu, dalam perkembangannya beberapa fungsi tersebut telah diterapkan di dalam *Wonosobozone.com*. dan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungannya.

Nuriyati Samatan (2009) dengan topik penelitian : *Strategi Pengembangan Media : Antara Bisnis dan Ideologi*. Menyimpulkan bahwa Pengelolaan media massa, selain membutuhkan kecerdasan dalam pengelolaan bisnis, juga kejelian dalam membidik segmen pasar, seperti yang ditunjukkan Metro TV. Selain perlu kiat-kiat khusus, diperlukan kecerdasan untuk melakukan inovasi, mengikuti keinginan pasar, serta dalam konteks idealisme dan ideologi, dibutuhkan kecerdasan untuk

melakukan penyeimbangan untuk dapat berdiri tegak di atas pilar-pilar tersebut.

Ida Ri'aeny dan Widya Sulistiana (2017) dengan penelitian yang berjudul: *Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal*. Menjelaskan bahwa pengelolaan media massa sebagai industri kreatif dapat dipengaruhi oleh aspek investasi/ modal, sumberdaya manusia (SDM), Perkembangan media massa di Cirebon tampak semakin berkembang pesat., media sebagai entitas ekonomi, serta regulasi media. Dari aspek kepemilikan modal, lembaga media massa dimiliki oleh perusahaan lokal dan jaringan diantaranya Jawa Pos Grup dan Pikiran Rakyat Grup. Sedangkan dari aspek manajemen pengelolaan SDM, perkembangan teknologi dan media sebagai entitas ekonomi perlu kajian internal yang khusus karena manajemen media yang berbeda berdasarkan masing-masing media.

Teti Novianti (2016) dengan penelitian yang berjudul: *Eksistensi Harian Tribun diTengah Arus Perkembangan Media Online*, Eksistensi Tribun di Sulawesi Selatan dapat menarik pembaca dengan waktu yang relatif singkat serta rubrik agama dan budaya menjadi alternatif dalam pemberitaannya.

Dari paparan beberapa referensi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat penelitian yang sesuai dengan yang akan diteliti meskipun mempunyai beberapa faktor yang berbeda. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif dengan mengacu pada Strategi Tribun Ambon dalam menyiasati persaingan dengan media kompetitor dalam beberapa hal terkait yakni : perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, pengembangan, kompensasi, integrasi hingga pemeliharaan serta juga berdasar pada hukum yang berlaku.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi Tribun Ambon dalam mempertahankan eksistensinya sebagai new media pada saat Pandemi Covid-19 dalam hal implementasi fungsi manajemen media massanya.

1.5. Kerangka Konseptual

1.5.1. Strategi Manajemen Media Massa

Dalam pengertian secara umum, strategi merupakan sebuah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Adapun juga dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan dengan efisien untuk mendapatkan hasil yang efektif, untuk itu strategi dan manajemen sendiri memiliki keterkaitan secara pengertian atau pemaknaannya. Thomas L Wheelen- J David Hunger memberikan pengertian tentang strategi manajemen yang menuturkan bahwa merupakan serangkaian daripada keputusan pengelolaannya dan kegiatan-kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang kegiatan tersebut terdiri dari perumusan/perencanaan strategi, implementasi, dan evaluasi (Djaslim Saladin, 2003).

Maka dari itu, manajemen media massa dapat diartikan sebagai pengelolaan atau suatu proses perencanaan, pengorganisasian dan pengarahan di dalam suatu perusahaan media dalam menyajikan informasi atau berita kepada khalayak. Sedangkan dalam konsep serta pelaksanaannya, strategi manajemen media masa bertujuan untuk mengetahui *market share* maupun keinginan konsumen atas suatu produksi berita yang sesuai dengan target pasar untuk kemudian menjadi konsumsi publik. Menurut Mary Parker Follet yang dijelaskan dalam (Kurniawan Junaedhie, 2010: 54) mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain, dengan demikian dapat diartikan manajemen adalah sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai target, sasaran dan mencapai tujuan. Pengertian manajemen secara operasional adalah sebagai proses mengkoordinasikan,

mengintegrasikan, menyederhanakan, dan menjelaskan sumber daya manusia dan mekanisme yang akan dijalankan.

Dalam strategi manajemen media massa sendiri memiliki tahapan sebagai berikut :

1.5.1.1. Fungsi Perencanaan

Menurut Totok Djuroto, 2004 : 70 dijelaskan bahwa perencanaan merupakan segala kegiatan dalam media yang dimulai dari pembahasan ide atau gagasan awal sampai dengan pelaksanaan proses pencarian informasi berita. Dalam perencanaan ini terjadi proses interaksi dan pencarian gagasan untuk mencapai tujuan. Baik buruknya proses produksi informasi berita sangat ditentukan oleh sebuah perencanaan yang dikonsepsi bersama dalam sebuah rapat yang berupa pembagian tugas pencarian berita hingga berita siap dipublikasikan.

1.5.1.2. Fungsi Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan sebuah proses penyusunan bagian dalam media massa yang sesuai dengan tujuan, baik dari sumber daya yang dimiliki maupun lingkungan yang dilingkupi. Beberapa hal yang ada dalam proses penyusunan fungsi organisasi adalah pembagian kerja. Pengelompokan dari kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar seluruh kegiatan yang sejenis dapat saling berkesinambungan dan dikerjakan bersama merupakan pengertian dari organisasi (totok Djuroto, 2004 : 72).

1.5.1.3. Fungsi Pengarahan

Fungsi pengarahan merupakan fungsi yang dijalankan pada media massa berupa bentuk perintah atau motivasi dari seorang pemimpin agar para stafnya bersedia melaksanakan tugas yang telah diberikan. Kemudian menciptakan suasana pekerjaan yang kondusif sehingga timbul saling pengertian, kepercayaan yang baik, menumbuhkan sikap disiplin kerja dan rasa saling memiliki.

1.5.1.4. Fungsi Pengawasan

Fungsi pengawasan dalam media massa meliputi bentuk kontrol dalam persiapan hingga selesai dalam melaksanakan tanggung jawab hasil kerja. Baik dalam produksi berita, pelaksanaan tugas, menyeleksi informasi berita, mengawasi penjualan dan iklan yang diberikan agar tercapai tujuan serta menciptakan produktivitas dan sikap yang positif pada setiap bagian perusahaan. Dijelaskan oleh Robert J. Mockler dalam (Rosady Ruslan, 2005: 68) memberikan definisi yang hampir sama seputar pengawasan dalam media. Definisi pengawasan ialah suatu usaha untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengawasan dilakukan untuk menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuantujuan perusahaan.

1.5.1.5. Fungsi Pengembangan

Fungsi pengembangan sendiri dapat diartikan kegiatan yang terus menerus dilakukan perusahaan media untuk mengembangkan dua elemen besar media massa, yaitu: content (isi berita) dan staf redaksi yang ada didalamnya (totok Djuroto, 2004 : 76). Kemudian dapat disimpulkan bahwa fungsi pengembangan ialah fungsi yang idealnya harus dijalankan oleh organisasi media massa untuk bagaimana media itu dapat berkembang baik kedepannya. Baik dalam divisi staf redaksi media massa tersebut maupun berita yang disajikan kepada masyarakat. Setelah berkembang dengan baik, perlu kiranya dipikirkan kembali bagaimana perusahaan media itu dapat bersaing secara sehat dengan perusahaan media lainnya.

1.5.1.6. Fungsi Kompensasi

Kompensasi sendiri yang berarti bahwa seluruh imbalan yang diterima staf redaksi media massa atas hasil kerja yang

dilakukan pada media massa tersebut. Dalam memberikan kompensasi kepada para staf media massa, terlebih dahulu melakukan penghitungan kinerja dengan membuat sistem penilaian. Penjabaran dari Totok Djuroto, 2004 : 80, bahwa kompensasi yang baik akan memberi beberapa dampak positif pada sebuah perusahaan, antara lain sebagai berikut:

- 1) Perusahaan mendapatkan staf berkualitas baik.
- 2) Sebagai bentuk motivasi untuk bekerja lebih giat dan teliti dalam setiap pekerjaan yang diberikan.
- 3) Perusahaan mendapatkan seleksi pelamar kerja berkualitas dari lowongan kerja yang ada.
- 4) Mudah dalam pelaksanaan administrasi maupun dalam berbagai aspek hukumnya.
- 5) Perusahaan memiliki keunggulan lebih dari kompetitor atau perusahaan yang lain. Menurut Budiman Rianto dalam (Kurniawan Junaedhie 2011 : 65), jenis kompensasi yang diberikan pada karyawan terbagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

- a. Imbalan ekstrinsik ialah imbalan yang diberikan kepada seorang karyawan yang berbentuk materi (uang) dari perusahaan, seperti gaji, upah, honor, bonus, komisi dan lainnya.
- b. Imbalan intrinsik. Imbalan intrinsik ialah imbalan yang bentuknya sebagai benefit atau tunjangan pelengkap. Imbalan intrinsic dari perusahaan contohnya seperti uang cuti, uang makan, uang transportasi, asuransi, jaminan sosial tenaga kerja, uang pensiun, beasiswa melanjutkan kuliah dan lain sebagainya.

1.5.1.7. Fungsi Integrasi

Integrasi sendiri memiliki pengertian, yaitu pengendalian terhadap kejadian dalam suatu sistem tertentu dan membuat suatu keseluruhan dalam menyatukan unsur-unsur tertentu. Fungsi integrasi pada media massa dalam lingkup yang kecil ditujukan kepada hubungan antara satu karyawan dengan karyawan yang lain. Sedangkan pengertian untuk lingkup yang lebih besar ialah hubungan antara pimpinan redaksi dengan bawahannya maupun antara pimpinan media satu dengan pimpinan media lain untuk dapat berintegrasi, menjalin kerjasama dengan baik agar bersaing secara sehat dan saling menguntungkan.

Fungsi integrasi pada media massa dalam lingkup yang kecil ditujukan kepada hubungan antara satu karyawan dengan karyawan yang lain. Sedangkan pengertian untuk lingkup yang lebih besar ialah hubungan antara pimpinan redaksi dengan bawahannya maupun antara pimpinan media satu dengan pimpinan media lain untuk dapat berintegrasi, menjalin kerjasama dengan baik agar bersaing secara sehat dan saling menguntungkan.

1.5.1.8. Fungsi Pemeliharaan

Fungsi pemeliharaan adalah bentuk pemeliharaan karyawan oleh perusahaan media massa. Seperti menentukan persyaratan karyawan yang akan dipekerjakan dalam media massa tersebut maupun menentukan deskripsi pekerjaan dan persyaratan teknis suatu pekerjaan. Dalam kinerja pada media massa, baik pada bagian redaksi maupun semua bagian dalam perusahaan dipimpin oleh seorang pimpinan. Jadi, dapat disimpulkan dari bahasan di atas bahwa fungsi pemeliharaan adalah fungsi yang dijalankan oleh seorang pemimpin media massa agar para karyawan dapat bekerja dengan maksimal, dengan pembagian tugas yang adil sesuai pekerjaannya.

1.5.2. *Old Media*

Old media atau yang lebih dikenal dengan media konvensional merupakan proses produksi informasi yang dibagi menjadi dua bagian yaitu bagian yakni cetak, seperti; leaflet, pamflet, majalah, koran, tabloid dll), dan bagian media elektronik (televisi dan radio). Pada beberapa tempat di Indonesia Tribun News sendiri sampai saat ini masih memproduksi berita dengan cara dicetak seperti koran, akan tetapi aktivitas produksi berita tersebut sudah tidak lagi dijalankan pada Tribun Ambon. Hal ini tentunya mempunyai strategi khusus dalam pengelolaannya.

1.5.3. *New Media*

New media atau media baru merupakan teknologi komunikasi yang berorientasi digital di mana interaksi terjadi apabila terhubung dengan internet di lewat digital platform yang tersedia. Untuk itu sangat erat kaitannya dengan platform digital seperti Instagram, Youtube, Twitter, Facebook dan lain lain. *New Media* atau Media Baru merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mcquails, 2011: 3). Produksi berita dilakukan di Tribun Ambon tentunya telah memanfaatkan sosial media untuk mendistribusikan beritanya secara *online* dan mempunyai link portal beritanya.

1.5.4. **Media Sosial**

Pengertian media sosial menurut Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) adalah konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi antar satu individu dan individu lainnya dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan dari individunya. Dalam perkembangannya internet sendiri selalu mengalami transformasi, dan juga menyediakan berbagai jenis fitur yang tersedia untuk setiap penggunaannya. Di era sekarang, media sosial mampu menghapus batas-batas ruang dan waktu. Ada istilah dari (Puntoadi, 2011)

media social diawali dari 3 (tiga) hal yaitu *sharing*, *collaborating* dan *connecting*.

Adapun juga media sosial sendiri memiliki dampak yang cukup besar terhadap kelangsungan hidup masyarakat masyarakat di berbagai penjuru dunia. Orang-orang menjadikan media sosial sebagai media untuk pemenuhan ekonomi serta kepentingan lain yang menunjang kehidupannya asalkan terhubung dengan internet. Fungsi dari media sosial cukup banyak bisa dirasakan oleh kita semua yang hidup di kehidupan yang sekarang bahkan untuk kedepannya.

Nasruwllah dalam bukunya yang berjudul Media Sosial (2016 ;13) juga menyebutkan bahwa media sosial merupakan medium internet yang memungkinkan para penggunanya mengekspresikan dirinya maupun berinteraksi, saling berbagi, bekerja sama serta membentuk ikatan secara virtual.

Dari beberapa penjelasan di atas peneliti akan menguraikan beberapa karakteristik dari media sosial yaitu :

- Individu mampu mengirimkan pesan ke banyak orang sekaligus
- Akses yang tidak terbatas terhadap suatu informasi
- Informasi diketahui lebih cepat dan cenderung *up to date*

Adapun beberapa jenis media social yang sering digunakan pada saat ini antara lain :

1) *Facebook*

Facebook merupakan aplikasi yang dibuat oleh Mark Zuckerberg dan beberapa temannya pada saat menempuh pendidikan di Universitas Harvard. Aplikasi yang dirintis bersama teman-temannya dengan tujuan untuk mencari jodoh kemudian dalam beberapa tahun menjadi aplikasi yang sangat banyak diminati oleh banyak masyarakat di berbagai penjuru dunia.

Terhitung pengguna aktif, Facebook sendiri telah memiliki 2,89 miliar pengguna per Oktober 2021 tahun

kemarin. Para pengguna yang ingin mengakses Facebook bisa langsung mendownload aplikasinya atau membuka situsnya.

2) *Instagram*

Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi hal beberapa diantaranya adalah membuat status, bertukar informasi lewat *direct message*-nya dan memanfaatkan fitur-fitur lainnya.

Sejak eksis sebagai aplikasi pada 2010 silam, Instagram lalu mulai dikenal banyak orang sebagai aplikasi yang digemari anak muda dalam melakukan interaksi virtual khususnya pada pengguna *iPhone*. Akan tetapi pada 3 April 2012 *instagram* sudah mulai tersedia kepada pengguna *android*.

3) *Twitter*

Twitter aplikasi yang dapat secara intens bertukar informasi satu sama lainnya. Twitter sendiri dibuat pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey. Beberapa saat setelah diluncurkan Twitter kemudian menjadi aplikasi yang sering dikunjungi di Internet.

4) *Youtube*

YouTube merupakan salah satu media social yang menawarkan kemampuan mengakses penggunanya untuk menonton video dengan durasi yang cukup panjang dan siapapun bisa mengupload videonya agar menjadi konsumsi publik. Apabila memosting beberapa video dan mendapatkan banyak *subscriber* ataupun *viewers*, pihak Google akan memberikan upah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

5) *Tik-tok*

Tik-tok merupakan sebuah jejaring sosial dan platform video music yang dibuat pada tahun 2016 lalu. Konten tik-tok

sendiri rata-rata adalah video berdurasi pendek yang bisa diedit sesukanya sesuai keinginan para penggunanya. Selain itu orang-orang juga bisa saling mengirimkan pesan lewat aplikasi tersebut serta memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia.

1.5.5. Internet

Internet dapat diartikan sebagai artinya jaringan antar koneksi. Internet dipahami sebagai sistem jaringan komputer yang saling terhubung. Berkat jaringan itulah yang ada di sebuah komputer dapat diakses orang lain melalui komputer lainnya. Internet “menghasilkan” sebuah media dikenal dengan “media online”, utamanya website. Internet juga dapat disentralisasikan dan diberdayakan. Menurut Ahmad dan Hermawan (2013:68), Internet adalah komunikasi jaringan, komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin. Dengan menggunakan media online, kita dapat mengakses sumber-sumber berita tanpa batas. Manusia dapat berkomunikasi secara individu atau secara massa yang dapat dilakukan dimana saja di seluruh dunia dalam waktu singkat.

1.5.6. Pandemi Covid-19

Beberapa tahun belakangan umat manusia di seluruh dunia sempat dihebohkan dengan adanya pandemi yang berasal dari virus Covid-19. Per 30 Maret 2020, terdapat 693.224 kasus dan 33.106 kematian di seluruh dunia. Eropa dan Amerika Utara telah menjadi pusat pandemi COVID-19, dengan kasus dan kematian sudah melampaui China. Amerika Serikat menduduki peringkat pertama dengan kasus COVID-19 terbanyak dengan penambahan kasus baru sebanyak 19.332 kasus pada tanggal 30 Maret 2020 disusul oleh Spanyol dengan 6.549 kasus baru. Italia memiliki tingkat mortalitas paling tinggi di dunia, yaitu 11,3%. Pandemi Covid-19 (Coronavirus disease 19) atau sering juga disebut Corona sudah menjadi masalah bagi semua orang di seluruh dunia. Covid-19 pertama kali terkonfirmasi di Indonesia pada hari Senin 2

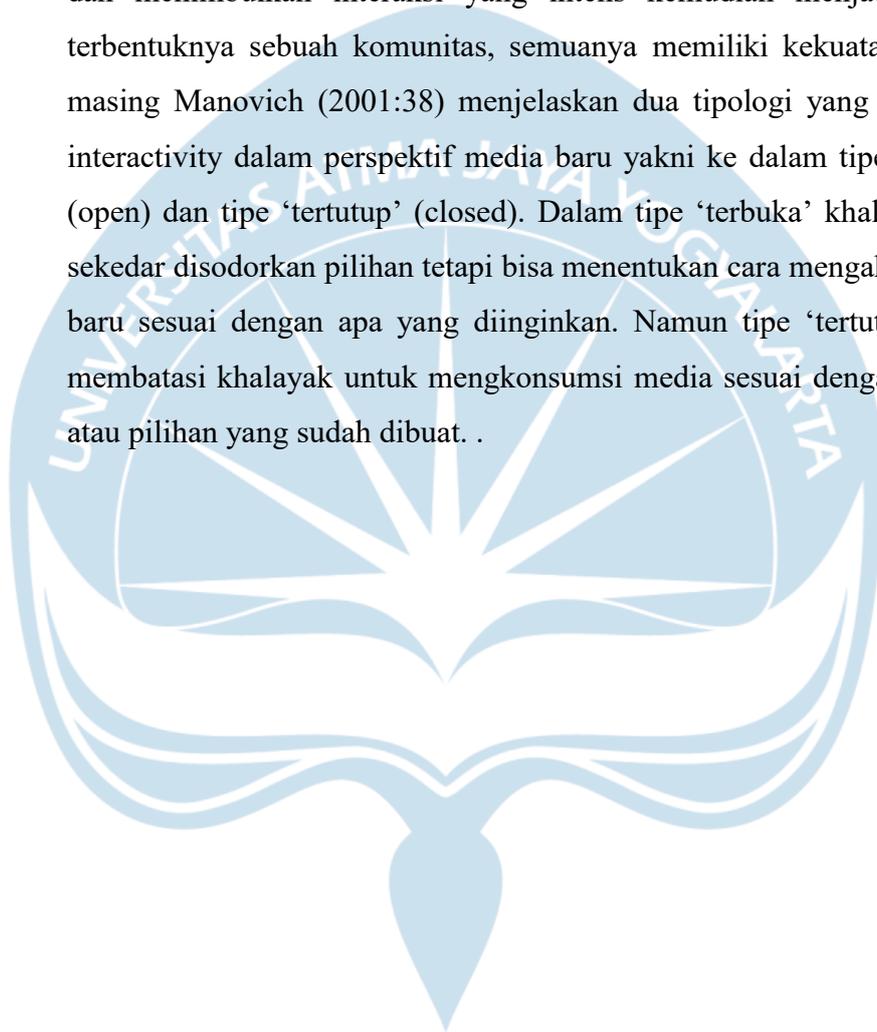
Maret 2020. Dilansir dari <https://www.kompas.com> pada tanggal 27 Maret 2020, lebih dari 200 negara yang telah terkonfirmasi memiliki kasus Covid-19 namun belum ditemukan vaksin untuk menanggulangi pandemi tersebut. Protokol kesehatan dan anjuran sudah dikeluarkan oleh pemerintah bertujuan untuk memitigasi rantai penyebaran virus, protokol tersebut diantaranya sosial distancing atau belakangan yang dikenal dengan physical distancing, mencuci tangan dengan sabun, pemakaian hand sanitizer, menggunakan masker jika di keramaian, mengkonsumsi makan-makanan yang sehat, menjaga daya tahan tubuh hingga kebijakan pemerintah melalui Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

1.5.7. Eksistensi (*New Media*)

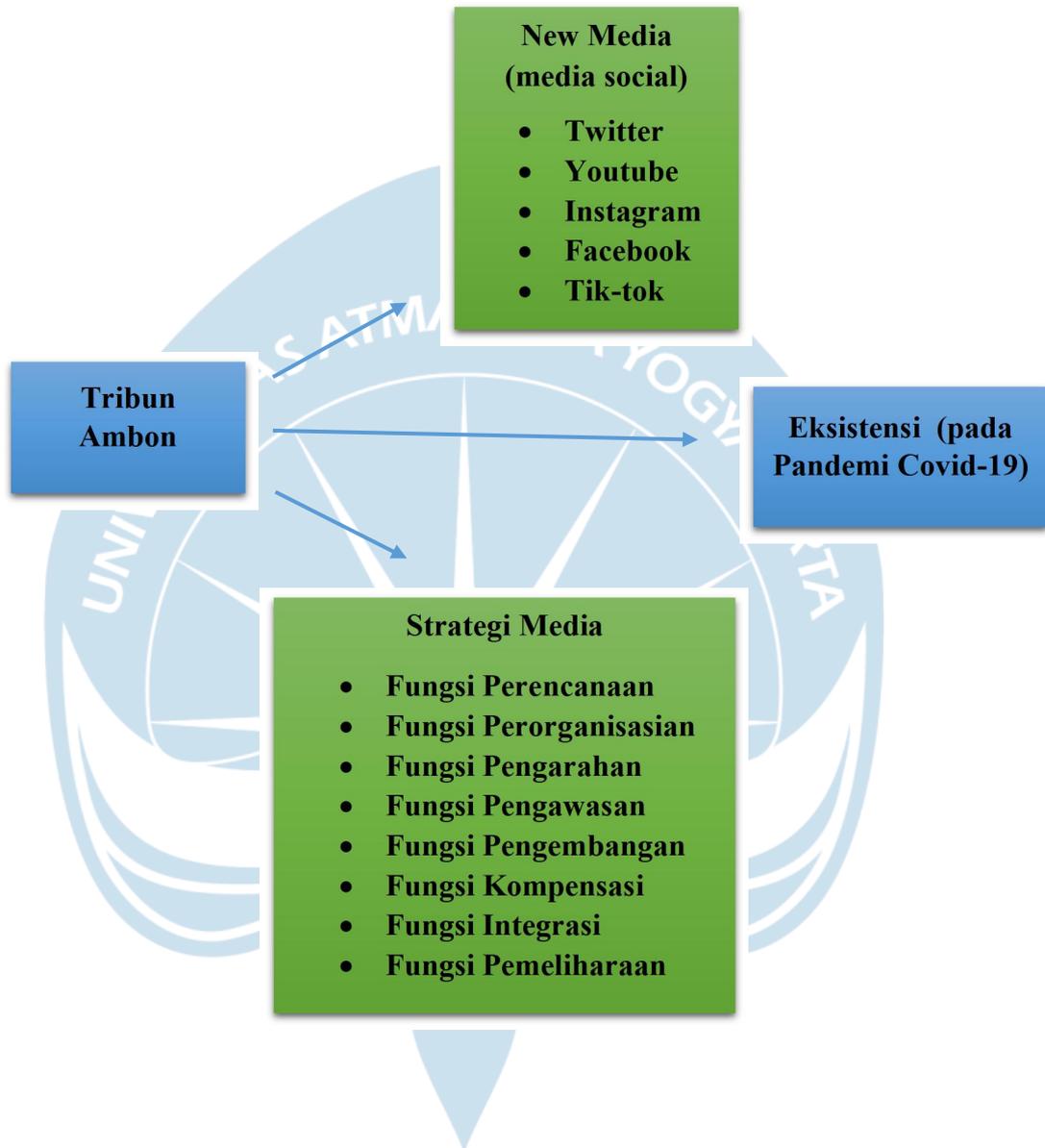
Menurut Sjaifrah dan Prasanti (2016:3-4), eksistensi dapat artikan sebagai keberadaan. Keberadaan yang dimaksud adalah, adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Eksistensi ini harus “diberikan” seseorang kepada orang lain, sebab dengan adanya respon dari orang lain ini akan membuktikan bahwasanya keberadaan atau seseorang itu diakui. dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) dikemukakan pula bahwasanya eksistensi sendiri adalah “keberadaan”, adanya. Berdasarkan dari kedua penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan eksistensi merupakan suatu keberadaan ataupun keadaan berupa kegiatan usaha yang masih ada baik itu dari dulu hingga sampai sekarang serta masih di terima oleh lingkungan masyarakatnya, serta keadaannya itu lebih dikenal ataupun lebih eksis di kalangan masyarakat. Untuk itu eksistensi Tribun Ambon yang telah memanfaatkan media baru sebagai alat untuk mendistribusikan beritanya menerapkan strategi tertentu agar bisa bertahan ditengah gempuran arus informasi dari media kompetitor lainnya. Kemunculan media baru yang sempat menyita perhatian masyarakat karena memberikan suasana yang mengasyikkan tentu saja merupakan alternatif yang wajib dicoba. Kegiatan baru ini mengalihkan perhatian kita sejenak terhadap aktivitas sehari-hari yang terkadang mencapai titik kejenuhan. Tetapi serunya media baru bukanlah satu satunya jalan keluar untuk memberikan

hiburan atau jalan lain dalam berkomunikasi. Ia lebih memberikan konsekuensi nyata dan sama sekali baru diluar yang kita pernah bayangkan.

Eksistensi yang diciptakan dalam keriuhan media sosial tidak tercipta begitu saja. Meski diikat oleh kebutuhan informasi yang sama dan menimbulkan interaksi yang intens kemudian menjadi sepakat terbentuknya sebuah komunitas, semuanya memiliki kekuatan masing-masing Manovich (2001:38) menjelaskan dua tipologi yang mendekati interactivity dalam perspektif media baru yakni ke dalam tipe 'terbuka' (open) dan tipe 'tertutup' (closed). Dalam tipe 'terbuka' khalayak tidak sekedar disodorkan pilihan tetapi bisa menentukan cara mengakses media baru sesuai dengan apa yang diinginkan. Namun tipe 'tertutup' hanya membatasi khalayak untuk mengkonsumsi media sesuai dengan struktur atau pilihan yang sudah dibuat. .



1.6. Kerangka Berpikir



1.7. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan sistematika yang ada pada tiap-tiap bab penyusunan penelitian, mulai dari BAB I hingga BAB IV yang mendeskripsikan seluruh proses pengerjaan penyusunan penelitian oleh penulis secara praktis. Penyajian laporan skripsi ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal memuat halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan dosen pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman abstrak, halaman kata pengantar, dan halaman daftar isi.

2. Bagian Utama Skripsi

Bagian Utama terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari: (1) latar belakang, berisikan pemaparan fakta atau fenomena yang menjadi alasan pemilihan topik penelitian; (2) rumusan masalah, berisi pernyataan tentang pertanyaan penelitian yang akan dijawab oleh peneliti; (3) tinjauan pustaka; (4) tujuan penelitian; (5) kerangka konseptual yang memaparkan teori atau konsep yang dipakai oleh peneliti untuk mengkaji penelitian ini; (6) kerangka berpikir; dan (7) sistematika penulisan yang memaparkan bahasan utama dalam penelitian ini dan sub bab penelitian ini.

b. BAB II METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjabarkan mengenai metode penelitian yang dilakukan terdiri dari berbagai sub bab yaitu: (1) jenis dan metode penelitian, berisikan jenis/metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini; (2) informan, mendeskripsikan alasan dan cara peneliti memilih informan tersebut; (3) operasionalisasi konsep, berisi deskripsi bentuk konkret kerangka penelitian ini yang akan

dilakukan penelitian; (4) metode pengumpulan data, jenis data, analisis data, berisikan deskripsi tentang bagaimana peneliti menentukan metode penelitian yang digunakan serta jenis data yang digunakan; dan (5) deskripsi subjek penelitian, menjelaskan organisasi/kelompok yang akan dilakukan penelitian.

c. BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari uraian hasil penelitian dan analisis data, uraian hasil penelitian dari proses pengumpulan data dan juga pembahasan hasil analisis data. Dengan tujuan mengetahui mengenai strategi Tribun Ambonb dalam mempertahankan eksistensinya sebagai new media ditengah Pandemi Covid-19 dengan menerapkan fungsi manajemen pada media massanya.

d. BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari semua penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Menjelaskan seperti apa fungsi manajemen yang dilakukan di Tribun Ambon pada masa Pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan media sosialnya.

3. Bagian Akhir Skripsi.

Bagian akhir dari skripsi ini berisi tentang daftar pustaka dan lampiran.