



MANAJEMEN MEDIA ONLINE

Winda Kustiawan, Ja'far, Ali Akbar Siregar, Anggi Martuah Purba, Mahadir Muhammad

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jl. Williem Iskandar Psr. V Percut Sei Tuan – Medan

Email: windakustiawan@gmail.com, dhiyaurrahmanjafar01@gmail.com, aliakbarsiregar432@gmail.com,
anggimartuahpurba@gmail.com, mahadirmuhammad352@gmail.com,

Abstract

Online media is one of the media that is now a tool and a means to get information and entertainment. The presence of online media makes it easier for audiences to get information, even information that is very far to reach. The speed and ease of online media in accessing information is one of the advantages of a medium that is needed by today's audiences. The beginning of the presence of the internet made many people doubt the advantages of the internet being able to get rid of the previous mass media. Starting from print media, especially on broadcast media such as radio and television because the internet is considered not easy and fairly expensive to access.

Keywords: Management, Online Media

Abstrak

Media online merupakan salah satu media yang sekarang menjadi sebuah alat dan sarana untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Kehadiran media online mempermudah khalayak untuk mendapatkan informasi, bahkan informasi yang berada sangat jauh untuk dijangkau. Kecepatan dan kemudahan media online dalam mengakses informasi menjadi salah satu kelebihan sebuah media yang sangat dibutuhkan khalayak sekarang ini. Awal mula kehadiran internet membuat banyak orang yang meragukan kelebihan internet mampu menyingkirkan media massa sebelumnya. Mulai dari media cetak, apalagi pada media penyiaran seperti radio dan televisi karena internet yang dirasa tidak mudah dan terbilang mahal dalam mengaksesnya.

Kata Kunci: Manajemen, Media Online

1. PENDAHULUAN

Media saat ini menjadi bagian penting dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi dan proses interaksi antar masyarakat. Dimulai dari munculnya media cetak, media penyiaran siar hingga media elektronik, yang dimana ketiganya merupakan tahap-tahap dari perkembangan media komunikasi massa. Namun, seiring dengan perkembangan jaman, saat ini yang tengah populer di kalangan masyarakat dalam mencari informasi adalah dengan melalui internet.

Internet dalam proses komunikasi tergolong sebagai *new media* yang berbeda karakteristiknya dengan media yang lain. Kehadiran internet menjadi sesuatu yang tidak mungkin dapat dihindari oleh masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi pun ikut mempengaruhi aktivitas di media-media lama yang kemudian beralih ke media baru dengan seiring berjalannya waktu. Hal ini pula yang ikut mampu mengubah pola interaksi, aktivitas, dan alur kerja dalam media saat ini. Seiring berjalannya waktu tidak dapat dipungkiri bahwa terobosan teknologi telah memfasilitasi kehidupan sehari-hari. Berbagai hal yang dulu dikerjakan dengan sulit dan memakan banyak

waktu, sekarang mampu dikerjakan dengan lebih mudah dan lebih cepat agar efisien. Oleh karena itu media massa juga ikut andil bagian dalam penyebaran informasi kepada masyarakat sekarang ini.

Dengan seiring perkembangan zaman, media massa telah melebarkan sayapnya untuk di akses melalui internet. Banyak koran dan sumber siaran berita sekarang ini memiliki website yang mereka pakai untuk menyalurkan berita (Severin dan Tankard 2005:445).

Media online merupakan salah satu media yang sekarang menjadi sebuah alat dan sarana untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Media online dan Internet merupakan satu hal yang tidak dapat dipisahkan. Internet disini sebagai penunjang dari kinerja dari media online. Kemunculan *world wide web* (www) juga menjadi salah satu yang paling menarik disini. Web disini menjadi salah satu hal yang mendapatkan perhatian dari pihak tertentu dan masyarakat biasa.

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju, para pengguna media online sekarang ini dimudahkan dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka. Dengan mengakses komputer atau smartphone yang terkoneksi dengan internet mereka sudah bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dengan adanya internet pula mereka para pengakses mempunyai hak penuh atas informasi berita yang mereka butuhkan setiap hari.

Mereka senantiasa bebas dalam mencari informasi dan hiburan tanpa perlu meminta izin terlebih dahulu, bahkan tidak perlu datang jauh-jauh ke suatu tempat untuk mendapatkan informasi berita yang mereka butuhkan saat itu.

Kehadiran media online mempermudah khalayak untuk mendapatkan informasi, bahkan informasi yang berada sangat jauh untuk dijangkau. Kecepatan dan kemudahan media online dalam mengakses informasi menjadi salah satu kelebihan sebuah media yang sangat dibutuhkan khalayak sekarang ini.

Lalu di dalam media online tersebut terdapat pengelolaan media dan seluruh proses manajemennya dilakukan terkhusus dalam media konvensional. Maka artikel ini dibuat untuk membahas bagaimana pengelolaan media online tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan literatur (*library research*) yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka (Mahmud 2011:31). Kutipan-kutipan dalam tulisan ini didasarkan pada pendapat-pendapat ahli dan hasil-hasil penelitian terdahulu tentang Manajemen Media Online. Menurut Abdul Rahman Sholeh (2005:63), penelitian kepustakaan (*library research*) ialah penelitian yang menggunakan cara untuk mendapatkan data informasi dengan menempatkan fasilitas yang ada di perpustakaan, seperti buku, majalah, dokumen, catatan kisah-kisah sejarah.

3. PEMBAHASAN

3.1 Pengertian Manajemen Media Online

1. Manajemen

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari Bahasa Inggris, yakni *management*, yang dikembangkan dari kata *to manage*, yang artinya mengatur atau mengelola. Kata *manage* itu sendiri berasal dari Bahasa Italia, *maneggio* yang diadopsi dari Bahasa Latin *managiare*, yang berasal dari kata *manus*, yang artinya tangan (Samsudin 2006:15).

Sedangkan secara terminologi terdapat banyak definisi yang dikemukakan oleh banyak ahli. Manajemen menurut G.R. Terry adalah sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya (Samsudin 2006:17)

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah serangkaian kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, mengendalikan dan mengembangkan segala upaya dalam mengatur dan mendayagunakan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

2. Media Online

Media online adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. Sebagai media massa, media online juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Dalam pengertian media online secara

umum, yang termasuk media online antara lain email termasuk mailing list, situs web (website) termasuk situs berita (media siber), blog, WhatsApp (WA), Line, Facebook, Twitter, Instagram, dan media sosial lainnya.

Sedangkan dalam pengertian khusus, media online merupakan media baru (*new media*) setelah media cetak (suratkabar, majalah, tabloid) dan media elektronik (radio, televisi, film). Media Online dalam pengertian ini disebut juga media siber (*cyber media*).

Media online memiliki karakteristik tersendiri serta memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan dengan media konvensional seperti berikut ini:

- a. Kapasitas luas –halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
- b. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
- c. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
- d. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
- e. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- f. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- g. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
- h. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.
- i. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (*search*).
- j. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Jadi, Manajemen media online dikatakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana pengelolaan media dan seluruh proses manajemennya dilakukan secara baik dan melalui proses seperti halnya media konvensional sebelumnya.

Manajemen media online secara praktis artinya mengelola situs web berita atau website instansi/perusahaan. Konsep manajemen media online dalam postingan ini bisa diterapkan di situs berita maupun situs web resmi lembaga, bahan di website pribadi (blog).

3. 2 Fungsi-fungsi Manajemen Media Online

Fungsi manajemen media online hakikatnya sama dengan fungsi manajemen secara umum. Misalnya fungsi manajemen menurut Geroge Terry yang dikenal dengan singkatan POAC yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan / pengarahannya) dan *controlling* (Hasibuan 1997:06), sebagaimana diuraikan sebagai berikut:

1. *Planning* (perencanaan), perencanaan ialah kegiatan awal dalam suatu lembaga untuk menetapkan kegiatan yang akan dilakukan di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan.
2. *Organizing* (pengorganisasian), proses pengorganisasian yaitu bagaimana pekerjaan diatur dan dialokasikan di antara para anggota, sehingga tujuan organisasi itu dapat tercapai secara efektif.
3. *Actuating* (penggerakan/pengarahannya), penggerakan/pengarahannya adalah fungsi manajemen yang terpenting dan paling dominan dalam proses manajemen. Fungsi ini baru dapat diterapkan setelah rencana, organisasi, dan karyawan yang ada. Jika fungsi ini diterapkan maka proses manajemen dalam merealisasi tujuan dimulai.
4. *Controlling* (pengendalian/pengawasan), pengawasan/pengendalian adalah fungsi yang harus dilakukan manajer untuk memastikan bahwa anggota melakukan aktivitas yang akan membawa organisasi ke arah tujuan yang ditetapkan.
5. Evaluasi, evaluasi dapat diartikan sebagai proses sistematis untuk menentukan tingkat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam manajemen media online, perencanaan dimulai dengan membuat media online resmi agar kredibel, termasuk langkah paling awal yaitu memilih nama domain dan nama media. Dalam pengorganisasian, dibentuk tiga tim untuk mengelola media online:

1. Tim Redaksi (*Editor Department*) — terdiri dari pemimpin redaksi, redaktur (editor), dan reporter —termasuk fotografer.

*Winda Kustiawan dkk /Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi Vol 2. No. 2 (2022) HAL 13-17

2. Tim IT (*Information Technology*) — terdiri dari web developer, *web designer*, *webmaster*, dan *SEO specialist*.
3. Tim Pemasaran (*Marketing Department*) — terdiri dari manajer pemasaran atau pemimpin usaha, staf promosi, termasuk tim media sosial untuk *Social Media Marketing (SMM)*.

3.3 Elemen Manajemen Media Online

Manajemen media online adalah proses pengelolaan media online meliputi konten, desain, dan pemasaran. Secara umum, struktur organisasi media online tidak jauh berbeda dengan struktur organisasi media cetak, hanya ditambah bagian IT (*Webmaster*, *Web Developer*, *Web Designer*) dan pemasaran online (*online marketing*).

Adapun manajemen media online terdiri dari beberapa elemen, yaitu:

1. Manajemen Konten

Manajemen konten media online adalah pengelolaan isi media yang dilakukan oleh bagian redaksi (*editorial department*). Karenanya, manajemen konten disebut juga manajemen redaksional.

Dari segi tulisan atau jenis informasi, konten media online secara umum sama dengan media cetak, yaitu berita, artikel, dan feature. Dari segi format, konten media online tidak hanya berupa teks (tulisan), tapi juga format lain, seperti video dan audio, sebagaimana karakteristik media online.

Dari segi topik, konten media online bisa beragam, mulai sosial, politik, ekonomi, hiburan, hingga olah raga, atau fokus ke topik tertentu, misalnya sport, teknologi, pertanian, kesehatan, atau dunia selebritas. Situs berita umumnya berisi ragam topik. Web resmi instansi/lembaga umumnya berisi informasi kegiatan serta produk atau layanan.

Struktur organisasi redaksi media umumnya terdiri dari pemimpin redaksi, redaktur (editor), reporter, dan kontributor.

2. Manajemen Desain

Bagian desain (*web design*) bertanggung jawab atas tampilan website. Desain media online hendaknya ringan (*fast loading*), bersih (*clean*), ramah pengguna (*user friendly*), ramah seluler (*mobile friendly*) atau responsive, dan ramah mesin pencari (*SEO friendly*).

Bagian desain ini bisa hanya satu orang, yakni seorang web desainer atau web developer. Bagian desain ini pula bertanggung jawab atas SEO Website. Pada media konvensional (cetak), bagian desain ini adalah divisi penerbitan atau percetakan (*publishing department*) yang menangani desain layout (tata letak) media hingga percetakan.

Sedangkan media elektronik, bagian desain ini adalah bagian teknik yang mengurus peralatan siaran (*broadcasting tools*) mulai dari pemancar, antena, hingga mixer (*audio console*) dan mikrofon di ruang studio.

3. Manajemen Pemasaran

Pemasaran media online merupakan ujung tombak dari sebuah bisnis atau perusahaan. Bagian Pemasaran (*marketing*) bertanggung jawab mempromosikan media secara online dan offline. Pemasaran secara online disebut Online Marketing, termasuk *Social Media Marketing (SMM)* dan *Social Media Optimization (SMO)*.

Bagian pemasaran atau promosi ini bertugas mempromosikan dan menyebarkan konten media ke berbagai akun media sosial, terutama Facebook dan Twitter. Di era media sosial, bagian marketing dituntut piawai mengelola media sosial (*social media strategy*) untuk meraih jumlah pengunjung (trafik) atau jumlah kunjungan halaman (*page views*). Tentu saja, bagian marketing ini pula yang mencari sponsor, iklan, atau menangani AdSense.

4. KESIMPULAN

Manajemen media online dikatakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana pengelolaan media dan seluruh proses manajemennya dilakukan secara baik dan melalui proses seperti halnya media konvensional.

Dalam pengorganisasian, dibentuk tiga tim untuk mengelola media online yaitu Tim Redaksi (*Editor Department*), Tim IT (*Information Technology*), Tim Pemasaran (*Marketing Department*).

Manajemen media online adalah proses pengelolaan media online meliputi konten, desain, dan pemasaran. Secara umum, struktur organisasi media online tidak jauh berbeda dengan struktur organisasi media

*Winda Kustiawan dkk /Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi Vol 2. No. 2 (2022) HAL 13-17

cetak, hanya ditambah bagian IT (*Webmaster*, *Web Developer*, *Web Designer*) dan pemasaran online (*online marketing*).

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, Malayu S. P. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Kunci Keberhasilan*. Bandung: PT Toko Gunung Agung.
- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Romeltea. 2014. *Media Online: Pengertian dan Karakteristik*, <https://www.romelteamedia.com/2014/04/media-online-pengertian-dan.html>. Diakses pada Senin, 27 Juni 2022.
- Samsudin, Sadili. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa (terjemahan)*. Jakarta: Prenada Media.
- Sholeh, Abdul Rahman. 2005. *Pendidikan Agama dan Pengembangan untuk Bangsa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.