

## **ANALISIS KHALAYAK PADA PORTAL BERITA ONLINE DI SUMATERA BARAT**

**Ika Primastuti Putri<sup>1</sup>, Sarmiati<sup>2</sup>, Elva Ronaning Roem<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> *Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas*

<sup>1</sup> ikaprimastuti92@gmail.com

---

**Kata kunci :**

Analisis, Khalayak,  
Portal Berita,  
Sumatera Barat

---

**Abstrak**

Pembahasan mengenai khalayak menjadi penting karena mereka merupakan pihak yang disasar untuk mengonsumsi produk sebuah portal berita. Penelitian ini membahas mengenai khalayak dalam mengakses empat portal berita online di Sumatera Barat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada empat portal berita online di Sumatera Barat. Hasil penelitian ini mengetahui bahwa melalui portal berita online Sumatera Barat khalayak merasa tidak ketinggalan informasi *ter-update* yang ada di Kota Padang, sekitar Sumatera Barat, isu-isu nasional bahkan internasional. Mereka juga dapat memuaskan batin mereka sendiri dengan mengakses portal berita online Sumatera Barat tersebut dengan mencari melalui rubrik-rubrik yang disajikan terkait dengan kebutuhan batinnya.

---

**Keywords :**

*Analysis, Audience,  
News Portal, West  
Sumatra*

---

**Abstract**

*The discussion about the audience is important because they are the target party to consume the products of a news portal. This study discusses the audience in accessing four online news portals in West Sumatra. This study uses a qualitative method with a case study approach to four online news portals in West Sumatra. The results of this study indicate that through the West Sumatra online news portal the public feels that they are not left out of the latest information available in the city of Padang, around West Sumatra, on national and even international issues. They can also satisfy their own mind by accessing the West Sumatra online news portal by searching through the columns that are presented in relation to their inner needs.*

## PENDAHULUAN

Setiap manusia tentu mempunyai beraneka ragam kebutuhan dalam hidupnya. Dimulai dari kebutuhan yang sifatnya mendasar atau pokok seperti sandang, pangan, dan juga papan sampai dengan kebutuhan yang menyangkut dengan kebutuhan kognitif atau yang berhubungan dengan pengetahuan serta kebutuhan afektif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan perasaan manusia. Setiap orang tentu akan selalu berusaha dalam mengupayakan pemenuhan kebutuhannya dengan berbagai hal. Keinginan dalam memenuhi kebutuhannya tersebut kemudian menimbulkan dorongan berupa motif-motif tertentu untuk melakukan sesuatu. Dewasa ini, media menjadi salah satu hal yang dinilai dapat memberikan pemenuhan kebutuhan bagi manusia.

Manusia yang menjadikan media sebagai salah satu alat pemuas kebutuhannya disebut khalayak. Pada saat ini khalayak tengah dihadapkan pada keadaan dan kenyataan bahwa mereka telah menikmati era dimana media massa sangatlah beragam bentuk dan sajiannya. Dimulai dari media cetak, media elektronik hingga media internet. Banyaknya ragam media tersebut seolah memberikan penawaran yang menarik bagi setiap penggunanya untuk terus

mencari informasi-informasi aktual dan tentunya juga memberikan segala macam kemudahan dalam menjangkau informasi paling baru dari media tersebut. Seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi yang pesat ini juga mempengaruhi penggunaan internet atau media online sebagai sarana untuk memperoleh informasi di kalangan masyarakat juga semakin meningkat. Pada penelitian ini, peneliti ingin melakukan Analisis Khalayak Pada Portal Berita Online Di Sumatera Barat (Studi Kasus Pada Klikpositif.com, Langgam.id, Covesia.com dan HarianHaluan.com). Empat media yang saat ini menjadi perhatian bagi masyarakat Sumatera Barat.

(Fiddler, 2003 : 394) menyatakan bahwa internet sudah tak terbilang nilainya sebagai prasarana untuk komunikasi interpersonal dan penyebaran informasi global. Media ini memiliki potensi besar untuk mempersatukan dunia dan menyalurkan upaya-upaya manusia untuk mendapatkan solusi bagi berbagai problema kritis yang mengancam masa depan manusia di dunia. Kelebihan internet tersebut, tidak bisa dipungkiri jika hampir seluruh kalangan mulai menggunakan internet untuk mengakses beragam informasi maupun hiburan

disela-sela waktu luangnya yang kian sempit ditengah beragam kegiatan.

Peningkatan akses pada media online berbasis internet memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media yang lainnya, diantaranya yaitu kecepatan dalam menyajikan informasi ataupun berita. Selain itu juga sangat praktis dan fleksibel karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Kehadiran internet telah membawa revolusi pada cara manusia melakukan kegiatan komunikasi. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana komunikasi memungkinkan setiap orang berkomunikasi dengan pihak lain yang terhubung dengan internet walaupun lokasi tempat tinggal mereka berjauhan. Teknologi komunikasi ini telah memungkinkan setiap orang dapat mengirimkan pesan melalui berbagai bentuk komunikasi. Teknologi ini juga telah mengubah pola produksi, konten, distribusi dan pola membaca khalayak.

Hal tersebut diatas yang mana lahirlah fenomena peralihan media di seluruh dunia. Apabila kita lihat fenomena pergerakan media di Indonesia dewasa ini, media *mainstream* terutama media cetak tidak sedikit yang mengalami gulung tikar walaupun belum semuanya, namun hal ini sebenarnya

sudah terindikasi dalam lima sampai sepuluh tahun belakangan ini. Koran Sinar Harapan resmi tidak terbit lagi pada awal tahun 2016 lalu, yang notabene media ini merupakan termasuk media besar pada dekade 1980an. Selanjutnya disusul oleh Koran Tempo yang juga menghentikan penerbitan edisi Koran pada bulan September 2015. Harian Bola dan *Soccer* yang merupakan satu grup dengan Kompas Gramedia juga telah beralih ke *platform* online sejak bulan Oktober 2014. Hal yang sama juga dihadapi oleh Harian Jurnal Nasional, Majalah Trax, *Indonesia Finance Today*, Tabloid Bola, Majalah *Fortune*, serta majalah Otomotif. Beberapa fenomena yang terjadi diatas sebagai bukti bahwa terjadi fenomena peralihan pola konsumsi berita dari media konvensional ke media baru akibat gempuran teknologi internet.

Dalam fenomena lahirnya media baru ini, terdapat beberapa karakteristik di dalamnya, dimana salah satu karakter yang membedakan antara era media lama dengan media baru yaitu *term broadcast* yang mana mewakili konteks media lama, sedangkan *interactivity* mewakili konteks era media kedua atau media baru.

Dalam buku "*Theories of Human Communication*", (Littlejohn, 2018)

membedakan karakteristik antara era media pertama dan era media kedua tersebut meliputi beberapa hal. Pada era media pertama bersifat sentral dari satu sumber ke banyak khalayak, komunikasi terjadi bersifat satu arah, terbuka peluang sumber/media untuk dikuasai, media dijadikan instrument untuk melanggengkan strata dan ketidaksetaraan kelas sosial, adanya fragmentasi khalayak dianggap sebagai massa, serta media dianggap sebagai alat untuk mempengaruhi kesadaran.

Berbeda dengan era pertama, karakteristik era media kedua ini bersifat tersebar yang artinya dari banyak sumber kepada banyak khalayak, komunikasi bersifat dua arah atau timbal balik, tertutupnya penguasaan media dan adanya pembebasan kontrol terhadap sumber, media memfasilitasi setiap khalayak, khalayak terlihat sesuai dengan karakter dengan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya, serta media melibatkan khalayak baik ruang dan waktu.

Pada era sebelumnya, selain publik namun juga pemangku kepentingan, instansi pemerintah maupun perusahaan sering melakukan aktivitas publikasinya pada media televisi, radio dan koran. Namun semenjak lahirnya internet, para pemangku kepentingan,

instansi pemerintah, perusahaan maupun publik melakukan peralihan menggunakan jasa media online sebagai media publikasi mereka. Bukan sebuah keharusan, namun pangsa pasar terbesar di era saat ini adalah media online yang mana dapat diakses oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja tanpa batasan jarak dan waktu.

APJII selaku Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia melansir bahwa jumlah pengguna internet tumbuh mencapai angka 10,12% selama periode Maret hingga April tahun 2019, menurut Sekretaris Jenderal APJII, Henri Kasyfi. Hasil tersebut menggambarkan bahwa dari 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau berkisar 64,8% masyarakat sudah terhubung internet. Angka ini mengalami peningkatan dari tahun 2017 saat angka penetrasi internet di Indonesia tercatat sebesar 54,86%. Kontribusi terbesar terhadap penetrasi internet di Indonesia disumbang oleh pulau Jawa dengan mencapai 55% dari total keseluruhan. Sementara pulau Sumatera berada pada posisi kedua dengan sumbangsih penetrasi sebesar 21% (APJII, 2020).

Hasil survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tersebut diatas menunjukkan bahwa

kecenderungan semakin banyaknya orang yang mencari berita melalui situs online daripada melalui media cetak pada era dewasa ini. Hal ini tak lain dikarenakan lahirnya portal-portal *website* atau berita yang semakin banyak. Hal itu terbukti dalam hal kemampuan menyajikan berita-berita hangat secara cepat atau bersifat *straight news* dan semakin mudahnya pengaksesan berita daripada yang dapat dilakukan saat orang membaca berita dari media cetak ataupun media penyiaran.

Begitu banyaknya pengguna internet di Indonesia berdampak semakin banyak pula bermunculan profil portal berita baru yang dapat diakses oleh para pengguna internet, yang mana mereka seolah berlomba-lomba untuk bisa mendapatkan pembaca sebanyak-banyaknya untuk mengkasas portal mereka. Data mengenai pengguna portal berita online yang dilansir dari *similarweb.com* menyatakan bahwa, portal berita *Tribunnews.com* cukup unggul meninggalkan para kompetitornya dengan mencapai *traffic* sebesar 213,58 juta pengunjung dengan market share 17,9%. Disusul pada peringkat ke-dua yaitu *Detik.com* dengan *traffic* sebesar 160,82 juta pengunjung dengan market share 13,5%.

Sedangkan *Kompas.com* berada pada peringkat ke-tiga dengan besaran *traffic* 119,24 juta dan *market share* 10%. Kemudian *Yahoo.com* dengan *traffic* 59,99 juta dan *market share* 5% berada pada peringkat ke-empat. Sedangkan pada posisi ke-lima diraih oleh *Suara.com* dengan *traffic* sebesar 45,05 juta dan *market share* 3,8% ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com), 2020).

Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa persaingan memperebutkan *audiens* pengakses portal berita online di Indonesia cukup ketat. Tak lain halnya dengan Sumatera Barat, data mengenai pengguna portal berita online untuk Sumatera Barat dapat dilihat melalui sumber yang sama yaitu dari [similarweb.com](http://similarweb.com) pada periode Maret 2020. Data tersebut menunjukkan bahwa portal berita online *HarianHaluan.com*, *Langgam.id*, *Covesia.com* serta *KlikPositif.com* yang merupakan empat besar media yang kini sedang rutin menjadi bahan perbincangan khalayak pengguna portal berita online di Sumatera Barat. Data 1 Maret 2020 menunjukkan *HarianHaluan* berada pada posisi 196 nasional dan posisi pertama portal berita di Sumatera Barat dengan jumlah pengunjung sebesar 7,7 juta. Kemudian *Langgam.id* berada pada urutan ke-dua dengan

jumlah *traffic* sebesar 786,58 ribu. Urutan ketiga yaitu portal berita Covesia.com dengan jumlah *traffic* mencapai 569,99 ribu, dan pada urutan ke-empat diraih oleh portal berita KlikPositif.com yang mana *traffic* pengunjung mencapai 407,46 ribu (www.similarweb.com, 2020).

Melihat dari data diatas bahwa keberadaan portal berita online tidak menampik adanya peran serta dari khalayak. Keberadaan khalayak bukan lagi sekedar obyek sasaran dari berita serta ragam informasi yang hendak disampaikan pengelola media. Mereka juga bukan sekelompok orang yang bersikap pasif, tetapi justru menjadi penentu daya serap portal berita terhadap isi berita yang disampaikan, serta turut berperan dalam pengambilan keputusan yang menentukan hidup matinya sebuah portal berita. Pengambilan keputusan oleh khalayak ini kemudian bukan dipahami sebagai pihak yang terlibat langsung dalam manajemen sebuah portal berita. Keterlibatan khalayak lebih kepada kuantitas pembaca sebuah media, yang berpengaruh pada eksistensi para pelaku media.

Selain daripada data peringkat diatas, yang menjadi dasar lain dalam pemilihan ke-empat portal berita

tersebut adalah mengenai pendataan perusahaan media yang dilakukan oleh Dewan Pers. Pendataan tersebut menjadi ujung tombak Dewan Pers dalam menyajikan data serta memudahkan khalayak untuk mengenali mana media yang dikelola secara benar dan bertanggungjawab. Verifikasi perusahaan pers merupakan satu tugas pokok dan fungsi Dewan Pers sesuai amanat yang terkandung dalam Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999 pasal 15 poin (g) tentang pendataan perusahaan pers. Adapun pendataan tersebut berupa verifikasi yang diartikan sebagai tahapan kerja dari proses pendataan, yang terbagi menjadi dua yaitu verifikasi administrasi dan verifikasi faktual.

Hasil wawancara kepada para pimpinan perusahaan portal berita online tersebut serta data dari portal resmi Dewan Pers diketahui bahwa ke-empat portal berita online yang menjadi studi kasus peneliti telah terdaftar di Dewan Pers dan telah terverifikasi baik secara administrasi maupun faktual. Dewan Pers telah melakukan verifikasi administrasi dan faktual pada tanggal 4 September 2018 pada portal berita Covesia.com. Klik Positif terverifikasi administrasi dan faktual pada tanggal 29 Mei 2019. Sedangkan Harianhaluan.com

verifikasi administrasi dan faktual tertanggal 31 Maret 2020, kemudian disusul oleh Langgam.id pada tanggal 20 April 2020 (Dewan Pers, 2020).

Alasan lain bagi penulis untuk mengambil empat portal berita online di Sumatera Barat diatas adalah karena adanya keunikan dan karakteristik dari masing-masing portal bertita tersebut. Karakteristik tersebut penulis rasa sangat menentukan dan mempengaruhi khalayak pengguna portal berita online tersebut. Hal tersebut diperkuat dari hasil wawancara dengan masing-masing pimpinan redaksi ke-empat portal berita online tersebut yangmana memang ada ciri khas khusus atau keunggulan dari masing-masing media yang tidak dimiliki oleh media lainnya. Seperti halnya yang disampaikan dalam wawancara peneliti dengan Pimpinan Redaksi HarianHaluan.com beberapa waktu yang lalu, beliau menyebutkan bahwa “portal website HarianHaluan.com konsisten dengan pembeda yaitu adanya kanal khusus seperti kanal politik dan pendidikan, yang mana kanal tersebut tidak dimiliki oleh portal berita online serupa yang lain”.

Portal berita online Langgam.id melalui wawancara dengan Pimpinan Redaksi oleh peneliti menyebutkan

bahwa “keunggulan kami adalah data, kami punya kanal data yang tidak dimiliki portal lain, selain itu kami melakukan diferensiasi konten sejarah, yang lain juga tidak ada”. Covesia.com juga melalui Pimpinan Redaksinya mengatakan keunggulannya dibanding portal berita lain yang serupa adalah bahwa pemberitaan mereka tidak bisa diintervensi oleh pihak manapun. Terakhir yaitu wawancara dengan Pimpinan Redaksi KlikPositif.com yang mana beliau menyampaikan bahwa keunggulan dari portal berita onlinenya adalah keunggulan dalam segi infrastrukturnya yang mana nantinya bakal berpengaruh terhadap kepuasan pengguna atau khalayak pembaca dalam mengakses portal berita KlikPositif.com tersebut.

Pembahasan mengenai khalayak menjadi penting karena mereka merupakan pihak yang disasar untuk mengonsumsi produk sebuah portal berita. Kedudukan khalayak dalam portal berita online, yaitu terkait dengan tingkat kepuasan khalayak ketika menggunakan media. Khalayak pengguna portal media online pada dasarnya menggunakan media berdasarkan motif-motif tertentu. Apabila motif ini terpenuhi, secara tidak langsung kebutuhan khalayak juga akan

terpenuhi, sehingga pada akhirnya media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak dapat disebut sebagai media yang efektif. Model pencarian kepuasan dan kepuasan yang diperoleh telah lama diungkapkan oleh Palmgreen dan Raybun dalam (McQuail, 2005 : 75) menyatakan bahwa sikap merupakan hasil kepercayaan dan juga nilai yang telah diperoleh oleh khalayak, model ini sering disebut *expectancy - value*.

Salah satu contoh penelitian mengenai studi khalayak adalah penelitian yang dilakukan oleh Jamal J. Al-Menayes pada tahun 2014 dengan judul "*Motivations for Using Social Media: An Exploratory Factor Analysis*" (Al-Menayes, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk melihat motivasi mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*, dengan mendeskripsikan motivasi khalayak dengan analisis eksplorasi. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan metodologi survei *cross-sectional* di mana kuesioner didistribusikan kepada 1327.

Hasil dari survey yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa sebanyak 91% responden gemar membaca portal berita online Sumatera Barat. Survey

juga menunjukkan sebesar 57% responden kerap membuka portal berita online di Sumatera Barat dengan tingkat kepercayaan sebesar 82%. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai khalayak dalam mengakses portal berita online yang tertuang dalam judul penelitian "**Analisis Khalayak Pada Portal Berita Online Di Sumatera Barat** (Studi Kasus Pada Klikpositif.com, Langgam.id, Covesia.com dan HarianHaluan.com)".

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian mengenai "Analisis Khalayak Pada Empat Portal Berita Online Di Sumatera Barat" ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus digunakan sebagai pendekatan, untuk melihat empat media yang sedang berkembang di Sumatera Barat. Peneliti menggunakan metode ini dengan alasan bahwa fokus dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong khalayak dalam menggunakan portal berita online di Sumatera Barat serta bagaimana portal berita online Sumatera Barat dalam memenuhi kebutuhan khalayak atau penggunaanya.

(Creswell, 2015 : 5) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif ditandai



dengan asumsi dan menggunakan kerangka penafsiran/teoritis yang membentuk atau mempengaruhi studi tentang permasalahan riset yang terkait dengan makna yang dikenakan oleh suatu individu ataupun kelompok pada suatu permasalahan sosial. Para peneliti kualitatif menggunakan pendekatan kualitatif mutakhir dalam penelitian, pengumpulan data dalam lingkungan alamiah yang peka terhadap masyarakat dan tempat penelitian, serta analisis data yang bersifat induktif maupun deduktif dan pembentukan berbagai pola atau tema. Laporan akhir mengenai penelitian kualitatif ini mencakup berbagai suara dari para partisipan, reflektivitas dari peneliti, deskripsi dan interpretasi mengenai masalah penelitian, serta kontribusinya pada literatur atau seruan bagi perubahan.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain. Dalam pendekatan konstruktivis, setiap individu dianggap

memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan pendekatan seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil oleh individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Patton, 2002 :96-97).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif merupakan langkah strategis dalam kegiatan penelitian. (Sugiyono 2008 : 62) mengatakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan menggunakan teknik kondisi yang dialami, sumber berupa data primer, dan lebih banyak pada teknik observasi berperan serta, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Dalam penelitian kualitatif, hal yang menjadi bahan pertimbangan utamanya dalam pengumpulan data adalah bagaimana memilih informan. (Bungin 2015 : 53), mengatakan dalam proses pengumpulan data yang paling penting adalah bagaimana menentukan informan kunci (*key informan*) atau situasi tertentu yang sarat akan

informasi. Pemilihan sampel, dalam hal ini informan kunci dilakukan secara sengaja atau bertujuan. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel dengan cara ini merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008 : 118).

Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motif khalayak dalam mengakses portal berita online di Sumatera Barat serta mengetahui bagaimana portal berita online tersebut memenuhi kebutuhan khalayak atau penggunaannya. Berikut nama-nama informan, Andika Khagen dari Klikpositif.com, Hendra Makmur dari Langgam.id, Alif Ahmad dari Covesia.com dan David Ramadian dari Hariahaluan.com.

Analisis data dalam penelitian kualitatif menurut Spradley (Gunawan, 2017 : 210) merupakan suatu pengujian sistematis dari sesuatu untuk menetapkan bagian-bagiannya, hubungan antar kajian, dan hubungannya terhadap keseluruhannya. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semua analisis data kualitatif akan mencakup penelusuran data melalui

pengamatan lapangan (berbentuk catatan - catatan) untuk menemukan pola - pola budaya yang dikaji oleh peneliti (Gunawan, 2017 : 210). Teknik validasi data melalui triangulasi ini, peneliti menggunakan sesuatu yang lain untuk memeriksa keabsahan data. Cara yang dipergunakan yaitu dengan membandingkannya dengan sumber-sumber lain.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode wawancara mendalam dengan sejumlah informan penelitian, maka peneliti dapat mengetahui jawaban atas rumusan masalah pada penelitian yang peneliti angkat yaitu mengenai “Analisis Khalayak Pada Portal Berita Online Di Sumatera Barat (Studi Kasus Pada HarianHaluan.com, Klikpositif.com, Langgam.id dan Covesia.com)”. Wawancara peneliti lakukan terhadap 4 (empat) khalayak pengakses portal berita online di Sumatera Barat dan juga para pelaku yang berkecimpung pada masing-masing portal berita online di Sumatera Barat yang telah peneliti tentukan. Pengelola media di jadikan sebagai informan, untuk mengetahui bagaimana media menciptakan khalayak dan informasi yang ditampilkan.

Peneliti mendapatkan data mengenai motif khalayak dalam mengakses portal berita online di Sumatera Barat sekaligus mengetahui bagaimana cara portal berita online Sumatera Barat tersebut dalam memenuhi motif khalayak. Untuk lebih jelasnya dibawah ini peneliti akan menguraikan satu persatu temuan hasil penelitian di lapangan berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah peneliti kemukakan pada pendahuluan.

### **Motif Khalayak Dalam Mengakses Portal Berita Online di Sumatera Barat**

Motif khalayak dalam mengakses portal berita online di Sumatera Barat ini dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu motif kognitif, motif afektif, dan motif integratif, melalui beberapa daftar pertanyaan seputar rumusan masalah tersebut. Untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah penelitian di atas, maka diajukan beberapa pertanyaan kepada beberapa informan.

Wawancara dengan informan Miftahul Rizki dilakukan pada tanggal 9 November 2020. Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat mengetahui motif informan Miftahul Rizki dalam mengakses portal berita online

Klikpositif.com. Adapun hasil wawancara di lapangan adalah sebagai berikut : Motif Kognitif, Informan Rizki menyampaikan alasannya sering mengakses portal berita online Klikpositif.com adalah agar tidak ketinggalan informasi. Saat ditanya oleh peneliti mengenai sudah berapa lama mengakses portal berita online Klikpositif.com serta apa alasannya mengakses portal berita online tersebut, ia menjawab seperti ini :

*“Seringnya di Klik Positif, tahun 2019 akhir mulai bacanya kak. Lumayan sering sih...kalau sehari itu kalau ada waktu senggang misalkan gitu ya, misalkan pagi, waktu istirahat sama nanti malem juga bisa juga sih. kalau ditanya itu biar nggak ketinggalan informasi dan apa namanya biar nggak ketinggalan berita-berita yang lagi viral sekarang”.*

Motif kognitif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui informan dalam memperoleh informasi, pemahaman dan pengetahuan informan tentang portal berita online yang diaksesnya. Dalam menemukan motif informan Miftahul Rizki mengenai motif kognitifnya dalam mengakses portal berita online Klikpositif.com. jawaban dari informan adalah sebagai berikut :

*“Kalau informasi cukup memberikan informasilah... misalnya kita mencari tentang bola. Misalnya bola gitu kan, jadi di informasi kan se-detail mungkin gitu. Berita itu tentang bolanya itu akurat gitu kak misalkan tentang Semen Padang FC gitu”.*

Motif Afektif Pertanyaan wawancara selanjutnya adalah untuk mengetahui motif afektif informan Miftahul Rizki dalam mengakses portal berita online di Sumatera Barat. Motif Afektif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengalaman yang didapatkan informan dalam mengakses portal berita online tersebut. Informan Miftahul Rizki memngemukakan jawaban sebagai berikut :

*“Waktu tu tentang berita bola tentang Semen Padang FC gitu kan. Tapi kalau dibilang membekas bukan membekas kak, dia cuman kayak lebih ke antusias gitu eee... kalau mengakses berita tentang Semen Padang FC gitu. perasaan keingintahuan itu terpuaskan gitu kak. Lepas gitu”.*

Motif Integratif, Selanjutnya adalah motif integratif khalayak dalam mengakses portal berita online. Motif ini digunakan untuk mengetahui kredibilitas (kepercayaan) khalayak

dalam mengakses portal berita online tersebut. Sejumlah pertanyaan mengenai motif integratif ini, informan Miftahul Rizki menjawab :

*“Kalau disebut kredibel, bisa kak eee dapat dipercaya juga, sumbernya jelas, apalagi portal ini membawa nama besar kayak PT. Semen Padang gitu kan. Kalau percaya di berita bola-nya percaya 100% kak, tapi kalau untuk yang lainnya sekitar 80-an, 80 sampai 85%lah, karena berita yang ada itu sesuai sama fakta yang ada di lapangan gitu kak. Kayak misalnya kayak bola gitu kak kan pernah nonton juga gitu kan, nonton pertandingan Semen Padang emang sesuai seperti yang ada, apa yang terjadi gitu kak”.*

Pertanyaan terakhir sebagai penutup wawancara dengan informan Rizki adalah mengenai keunggulan portal berita online Klikpositif.com dibanding dengan portal berita online sejenis, jawabnya adalah sebagai berikut :

*“Keunggulan portal berita Klik Positif ini yang satu-satunya yang saya suka itu di rubrik bola itu kak”.*

## **Portal Berita Online di Sumatera Barat Dalam Memenuhi Motif Khalayak**

Untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah nomor 2 (dua) pada pendahuluan, maka peneliti juga melakukan wawancara dengan para pelaku media yaitu kepada Pemimpin Redaksi masing-masing portal berita online di Sumatera Barat yaitu, Klikpositif.com, Langgam.id, Covesia.com dan HarianHaluan.com. Sama halnya dengan wawancara terhadap khalayak pengguna portal berita online di Sumatera Barat, wawancara dengan para pelaku media tersebut bertujuan untuk menggali atau menemukan jawaban bagaimana strategi ke-empat portal berita online di Sumatera Barat tersebut memenuhi kebutuhan khalayak pembacanya.

Pemenuhan kebutuhan khalayak yang dimaksud disini adalah pemenuhan kebutuhan khalayak dalam pemenuhan kebutuhan dalam motif kognitif, afektif dan juga integratif khalayak. Sementara itu, sebelum mengetahui bagaimana cara atau strategi portal berita online di Sumatera Barat tersebut, peneliti terlebih dahulu menggali jawaban dari para *Key Informan* tersebut mengenai data pembaca masing-masing portal berita online di Sumatera Barat tersebut.

Hasil wawancara dengan Pemimpin Redaksi portal berita Online Klikpositif.com beberapa waktu lalu mengenai jumlah pembaca selama tahun 2020 adalah sebanyak 13 (tiga belas juta) juta pembaca, kalau dirata-ratakan perbulannya adalah sebanyak 1.083.000 pembaca. Jumlah pembaca fantastis tersebut Klikpositif raih dengan adanya berita-berita peristiwa, contohnya saja yang baru hangat kemarin, Andika menjelaskan dalam wawancara bahwa :

*“Ada peristiwa kecelakaan di Lembah Anai dan juga isu-isu berita nasional seperti Nikita Mirzani berseteru dengan Habib Rizieq Shihab, peristiwa-peristiwa tersebut turut mendongkrak jumlah pembaca dan realtime di Klikpositif.com”.*

Pada portal berita online Langgam.id, pertanyaan mengenai data pembaca selama tahun 2020 dijawab lengkap berdasarkan data oleh Pemimpin Redaksi portal berita ini, yaitu Hendra Makmur. Jumlah data pembaca selama tahun 2020 adalah sebanyak 13,9 juta pembaca. Angka yang tidak jauh berbeda dengan pembaca portal berita online Klikpositif.com. Namun ia lebih lengkap menjelaskan mengenai data tersebut sebagaimana percakapan yang

disampaikan pada saat wawancara adalah sebagai berikut :

*“Kalau penggunanya 5,7 (lima koma tujuh) juta, 1 Januari sampai 31 Desember 2020, itu pengguna kalau page view halaman yang dibuka itu mencapai 13,9 (tiga belas koma sembilan) juta. Pengguna ini ya orang yang mengakses jadi kalau misalnya saya mengakses ya saya dapat 1, kemudian kak Putri mengakses dapat 1 (satu), tapi saya ternyata bukan 1 (satu) yang saya buka, saya membuka sampai 5 (lima) bahkan page views-nya ada 5 (satu) penggunanya 1 (satu) jadi dia membuka berapa halaman jadi halaman yang dibuka itu mencapai kami yang tadi itu”.*

Dengan kata lain bahwa jumlah *pageviews* merupakan jumlah pengunjung portal berita online Langgam.id tersebut, sedangkan angka 5,7 (lima koma tujuh) juta tersebut adalah angka pembaca yang *stay* pada portal berita online Langgam.id tersebut atau lebih sering disebut “sesi”. Hendra juga menyampaikan bahwa data pembaca portal berita online-nya tersebut bersumber dari *Google Analytic* karena dinilai lebih *real* atau akurat.

Selanjutnya yaitu portal berita online di Sumatera Barat yang ketiga yaitu

Covesia.com. Wawancara dengan portal berita online ini peneliti lakukan dengan Pemimpin Redaksi langsung, yang bernama Alif Ahmad, atau yang biasa dikenal dengan sapaan Alif. pertanyaan pertama wawancara yaitu mengenai data pembaca portal berita online Covesia.com selama tahun 2020. Beliau menjawab sebagai berikut :

*“Tahun 2020 kemarin di datanya itu ada sebanyak 9.762.949 orang. kalau di rata-ratain iya, hampir satu juta”.*

Dalam wawancara tersebut beliau juga menyampaikan bahwa jumlah pembaca portal berita online Covesia.com sebanyak 9.762.949 tersebut bersumber dari data valid via *Google Analytic*. Beliau juga menyampaikan bahwa rata-rata mayoritas pembacanya adalah kalangan *millennial*, dengan cakupan pembaca paling tinggi yaitu di daerah Jakarta, Sumatera Barat dan setelahnya adalah Kota Medan dan Riau, baru sisanya pembaca dari daerah-daerah lain.

Portal berita terakhir yang diteliti yaitu *Harianhaluan.com*, yang mana seperti portal berita online sebelum-sebelumnya, peneliti juga melakukan wawancara dengan Pemimpin Redaksinya, yang bernama David Ramadian, yang kerap disapa David.

Beliau menuturkan dalam wawancara mengenai jumlah pembaca portal beritanya selama tahun 2020, adalah sebagai berikut :

*“Alhamdulillah eem perkembangannya cukup luar biasa malahan diluar ekspektasi saya sebetulnya yang diamanahkan untuk membangun dan sekaligus memimpin haluan online ini sejak 2019 untuk pembaca perkembangannya luar biasa. 2020 itu tahun kemarin itu kita menembus 108 (seratus delapan) juta lebih jadi kalau kita rata-ratakan itu diangka 8,5 (delapan koma lima) jutalah traffic kita per bulan. Dan ini merupakan jumlah yang, jumlah pembaca yang luar biasa. Kalau kita rata-ratakan per hari itu lebih kurang berkisar 300 (tiga ratus) sampai 500 (lima ratus) ribu pembaca setiap hari, kira-kira itu”.*

Memang, kalau melihat dari data jumlah pembacanya, portal Harianhaluan.com ini lebih tinggi dibanding portal berita yang lainnya. Angka yang cukup fantastis menembus pembaca 108 (seratus delapan) juta, apabila di rata-ratakan per bulan yaitu di angka 9 (sembilan) juta pembaca, dan 300.000 (tiga ratus ribu) pembaca perharinya. Lebih lanjut David Ramadian

menjelaskan mengenai data pembaca portal berita online sebagai berikut :

*“Realtime kita itu terus berkisar 500 (lima ratus) sampai 5000 (lima ribuan), rata-rata hari itu realtime kita itu tergantung ininya, tergantung momment dan juga isu berita yang kita tampilkan. Jadi kalau rata-rata biasanya mommentnya nggak ada atau isu juga lagi biasa saja itu biasanya realtime kita itu 500 (lima ratus) ribu yang terlihat kalau kita buka google analytic itu ya, tapi kalau ada moment atau bahkan ada peristiwa itu bahkan bisa mencapai 10.000 (sepuluh ribu) bahkan realtime kita itu, artinya saat kita buka itu saat berlangsung itu pembaca kita bisa mencapai 5.000 (lima ribu) bahkan sampai 10.000 (sepuluh ribu)an gitu kan. Jadi itu apa namanya tentatif aja sifatnya, tergantung momment dan juga tergantung isu yang kita tampilkan gitu kan. Nah itulah pembaca kita yang stay itu pasti yang ada di realtime itu”.*

Selain data jumlah pembaca, dalam kesempatan wawancara, peneliti juga menanyakan mengenai media atau medium apa para khalayak pembaca portal berita online di Sumatera Barat tersebut dalam mengakses portal berita

online. Alif, Pemimpin Redaksi portal berita online Covesia.com saat ditanya mengenai hal tersebut, ia menjawab :

*"Gadget, Itu yang dari laptop itu berapa, hanya sekian persen".*

Sedangkan Hendra Makmur, Pemimpin Redaksi portal berita online Langgam.id, menyampaikan hal serupa mengenai pertanyaan mengenai media yang sering dipakai oleh pembaca portal beritanya, jawaban beliau adalah sebagai berikut :

*"99,8% (sembilan puluh sembilan koma delapan) mengakses dari mobile phone, dari smartphone dari mobile".*

Jawaban yang hampir mirip juga dengan jawaban-jawaban sebelumnya disampaikan oleh David Ramadian, selaku Pemimpin Redaksi portal berita online Harianhaluan.com saat ditanya mengenai hal tersebut, jawabannya adalah sebagai berikut :

*"Yang pastinya gadget ya, smartphone yang bahkan mencapai 99% (sembilan puluh sembilan persen) gitu kan, karena mungkin sekarang eranya era digital yang semua bisa terpadu malahan satu pintu di smartphone, android gitu*

*kan. Sekarang kan era digital jadi eem masyarakat sekarang itu udah makin cerdas bahkan tidak hanya berita yang diakses di smartphone, kebutuhan lain pun juga lewat smatphone sekarang. Dari PC dari tablet ada juga tapi mungkin itu kita bisa baca itu mungkin pembaca kita lagi dikantor atau lagi dirumah, tapi emang 99% (sembilan puluh sembilan persen) itu pakai smartphone".*

Berdasarkan data yang peneliti kumpulkan dari hasil wawancara dan observasi terhadap 4 (empat) khalayak pengguna portal berita online di Sumatera Barat, hasil menunjukkan bahwa informan memiliki ketergantungan kebutuhan dalam mengakses portal berita online baik dari kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, dan juga kebutuhan integratif terhadap portal berita online di Sumatera Barat tersebut.

Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan atau peneguhan informasi, pemahaman, serta pengetahuan seseorang melalui lingkungan. Salah satu motif seseorang atau disini disebut dengan khalayak dalam mengakses portal berita online di Sumatera Barat



adalah motif pencarian informasi. Kemunculan motif ini sangat berkaitan dengan pemenuhan kognitif atau kebutuhan akan informasi seseorang. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa motif pencarian informasi tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan kognitif atau peneguhan informasi serta pengetahuan.

Kebutuhan kognitif, ke-empat portal media online tersebut ternyata dapat menambah pengetahuan informan mengenai informasi terkini seputar Kota Padang provinsi Sumatera Barat bahkan nasional. Mereka mengatakan bahwa portal media online yang mereka akses sebagai sebuah wadah untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka sehari-hari. Artinya, melalui portal berita online ini kebutuhan kognitif informan dapat dikatakan terpenuhi.

Kebutuhan afektif merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan, dan juga emosional. Kebutuhan afektif ini memunculkan motif-motif yang berkaitan dengan sisi emosional individu. Motif khalayak mengakses portal berita online di Sumatera Barat yang muncul untuk memenuhi kebutuhan afektif adalah motif entertainment atau hiburan. Artinya, sisi

emosional individu dalam hal ini kesenangan memunculkan motif mendapatkan hiburan yang pada akhirnya akan mendorong seseorang untuk mengakses portal berita online tersebut.

Kebutuhan integratif atau integrasi merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan kepercayaan, stabilitas, kredibilitas seseorang terhadap sesuatu. Kebutuhan ini sangat erat kaitannya dengan status dan harga diri seseorang. Artinya, kebutuhan integratif ini memunculkan motif kepercayaan atau kredibilitas dari khalayak terhadap portal berita online di Sumatera Barat. Kebutuhan integratif, informan penelitian mengatakan bahwa portal berita online Sumatera Barat yang mereka akses dapat membuatnya lebih tahu mengenai hal-hal yang mereka ingin tahu itu seperti apa. Melalui portal berita ini informan dapat mengetahui seberapa besar kredibilitas berita yang disajikan melalui keunggulan-keunggulan dari portal berita online Sumatera Barat yang mereka akses. Kredibilitas ini yang nantinya akan membuat para informan tersebut timbul kepercayaan atau rasa percaya terhadap apa yang dia baca pada portal berita online Sumatera Barat tersebut.

Pemenuhan kebutuhan kognitif khalayak oleh para pelaku media sangat terlihat dari upaya pelaku media tersebut dalam memenuhi informasi yang diperlukan oleh khalayak pembaca. Hal tersebut terlihat dari cara penyajian informasi pada masing-masing portal berita tersebut agar mudah diterima oleh para khalayak pembaca. David Ramadian selaku Pemimpin Redaksi *HarianHaluan.com* mengatakan bahwa dalam memenuhi kebutuhan informasi para pembacanya, ia mengaku ada trik-trik khusus yang dilakukannya dan Tim *HarianHaluan.com* memberlakukan “*News dan Update*” terhadap suatu berita yang terbit pada laman portal berita online mereka. Selain itu, ia juga menuntut Tim Redaksinya agar dapat mencari sisi lain dari sebuah berita.

Berbeda dengan *HarianHarian.com*, *Covesia.com* memberlakukan strategi “*Straight News*”, yang artinya berita agar mudah tersampaikan untk pembacanya, berita tersebut harus bersifat lugas dan tidak terlalu panjang. Namun Alif selaku Pemimpin Redaksi *Covesia.com* mengatakan bahwa hamper sama pemberlakuan strategi tersebut untuk semua portal berita online. Tidak jauh berbeda dari *HarianHaluan.com*, portal berita online *KlikPositif.com* juga memberlakukan untk mencari sisi lain

untuk sebuah berita agar pembaca tidak jenuh, hal itu karena isu setiap berita itu pasti sama hanya tergantung bagaimana penyajian dari masing-masing portal berita online tersebut, ujar Andhika Khagen selaku Pemimpin Redaksi *KlikPositif.com*. selain itu juga kecepatan, artinya kecepatan dalam menerbitkan berita yang sedang hangat-hangatnya, itu juga menjadi strategi *KlikPositif.com* untuk memenuhi kebutuhan informasi para pembacanya. Hampir mirip juga dengan portal-portal berita online lain, *Langgam.id* yang dipimpin oleh Hendra Makmur di dapur redaksi juga menerapkan sistem pemberitaan yang actual dan faktual. Faktual artinya mengacu fakta, yang mana informasinya bersumber dari pihak yang berkompeten. Hal tersebut untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada khalayak pembacanya dapat diterima dengan baik.

## **SIMPULAN**

Motif penggunaan portal berita online dilihat dari tiga kebutuhan seseorang membutuhkan portal berita online tersebut untuk memenuhi kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, dan juga kubutuhan integratif. Hal itu dapat dilihat bahwa melalui portal berita

online Sumatera Barat tersebut mereka merasa tidak ketinggalan informasi *ter-update* yang ada di Kota Padang, sekitar Sumatera Barat, isu-isu nasional bahkan internasional.

Mereka juga dapat memuaskan batin mereka sendiri dengan mengakses portal berita online Sumatera Barat tersebut dengan mencari melalui rubrik-rubrik yang disajikan terkait dengan kebutuhan batinnya. Melalui portal berita online Sumatera Barat ini, informan juga dapat menilai kredibilitas berita atau informasi yang disajikan oleh portal berita online Sumatera tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Menayes, Jamal J. 2015. "Motivations for Using Social Media: An Exploratory Factor Analysis." *International Journal of Psychological Studies*.
- APJII. 2020. "Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020." [pji.or.id](http://pji.or.id).
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikais Pariwisata*. Jakarta.: Prenada Media Group.
- Creswell, John. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta.: Pustaka Pelajar.
- Dewan Pers. 2020. "Data Perusahaan Pers." <https://dewanpers.or.id/>.  
<https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>.
- Fiddler Roger. 2003. *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Gunawan, Imam. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Littlejohn. 2018. *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. "Mc Quail's Mass Communication Theory (5th Ed)." In 2005, London: Sage Publications Ltd.
- Patton, Michael Quinn. 2002. "Qualitative Research and Evaluation Methods. 3rdEdition." In *3rdEdition*, California: Thousand Oaks. Sage Publications. Inc.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com). 2020. "Top Websites Ranking." <https://www.similarweb.com/>.