

## BAB III

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Readtimes.ID

Readtimes.ID merupakan salah satu anak perusahaan dibawah naungan Rumah Ide Group yang didirikan langsung oleh dua orang yaitu Rahmad M. Arsyad dan Mahbub. Perusahaan ini bergerak di ruang lingkup media dan beralamat di Graha Parumpa II, Daya Indah C.16, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Redaksi Readtimes.ID adalah sebuah perusahaan media yang fokus memproduksi berita melalui media online seperti website dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube.

Gambar 3.1 Logo Readtimes.ID



Sumber : Data Sekunder 2023

Dalam perjalanannya hingga 3 tahun ini, Readtimes.ID sudah berhasil mendapatkan sertifikat verifikasi dari dewan pers ditahun kedua berdirinya. Saat ini, Readtimes.ID telah menghasilkan sekitar 4200 berita dalam tujuh rubrik, diantaranya rubrik politik dan hukum, rubrik ekonomi dan bisnis, rubrik kesehatan, rubrik hiburan dan gaya hidup, rubrik olahraga, rubrik buku dan sastra, dan terakhir adalah rubrik kampus.

Selain itu, kantor redaksi Readtimes.ID juga telah memiliki studio dan dilengkapi dengan berbagai peralatan studio seperti kamera, tripod, laptop, lighting, sound system, dan mikrofon, sehingga dapat memudahkan tim untuk memproduksi program seperti podcast.

Dengan *tagline* “Bukan Sekedar Berita Tapi Cerita” tulisan-tulisan yang dihasilkan oleh para reporter Readtimes.ID dapat dengan mudah dipahami dan bersifat dekat dengan masyarakat.

## **B. Program-Program Readtimes.ID**

Tak hanya membuat berita, Redaksi Readtimes.ID juga memiliki beberapa program diskusi seperti Cuap-cuap Akhir Pekan (CCAP), Trending Topic, Dialog Spesial Hari Nasional, NgabubuRead Times, dan terkadang juga mengadakan program bedah buku.

### **1. Cuap-Cuap Akhir Pekan (CCAP)**

CCAP merupakan salah satu program rutin yang diadakan oleh Readtimes.ID yang diadakan tiap pekan di hari Sabtu pukul 15.00 WITA. CCAP biasanya dilaksanakan secara *Live Instagram* dengan berbagai macam tema dan narasumber menarik, seperti membahas tentang *startup*, *jobseekers*, ataupun *trading*.

Gambar 3.2 *Flyer Program Cuap-Cuap Akhir Pekan*

Sumber : Data Sekunder 2023

## 2. *Trending Topic*

*Trending Topic* sedikit berbeda dengan program CCAP, seperti dengan namanya, program Readtimes.ID ini merupakan sebuah program yang khusus membahas yang topik yang sedang ramai di masyarakat. Sehingga pengadaannya tidak dilakukan setiap pekan, melainkan Ketika ada isu yang sedang hangat. Narasumber yang dihadirkan dalam program ini tentunya memiliki kapasitas pada topik yang dibahas.

Gambar 3.3 *Flyer Program Trending Topic*

Sumber : Data Sekunder 2023

### 3. Dialog Spesial Hari Nasional

Program dialog spesial hari nasional merupakan program diskusi yang akan dilaksanakan ketika terdapat perayaan hari nasional, contohnya seperti perayaan hari pers nasional dengan menghadirkan beberapa narasumber ahli.

Gambar 3.4 *Flyer* Program Dialog Spesial Hari Nasional



Sumber : Data Sekunder 2023

### 4. *NgabubuRead Times*

Sesuai dengan namanya, program ini khususkan pada saat bulan Ramadan dengan mengangkat berbagai tema inspiratif yang dimoderatori langsung oleh Dr. Rahmad M Arsyad, M.I.Kom selaku pemilik media. Setelah kegiatan diskusi ini berakhir maka akan dilanjutkan dengan agenda buka puasa bersama.

Gambar 3.5 Flyer Program NgabubuRead Times



Sumber : Data Sekunder 2023

## 5. Bedah Buku

Program bedah buku akan diadakan ketika Readtimes.ID mendapatkan memiliki kolaborasi oleh seorang penulis yang bukunya akan dibedah. Program ini tidak rutin dilaksanakan, tahun lalu salah satu penulis buku yang merupakan mahasiswa Antropologi Unhas sempat melakukan bedah buku di Readtimes.ID

Gambar 3.6 Flyer Program Bedah Buku



Sumber : Data Sekunder 2023

### C. Visi dan Misi Readtimes.ID

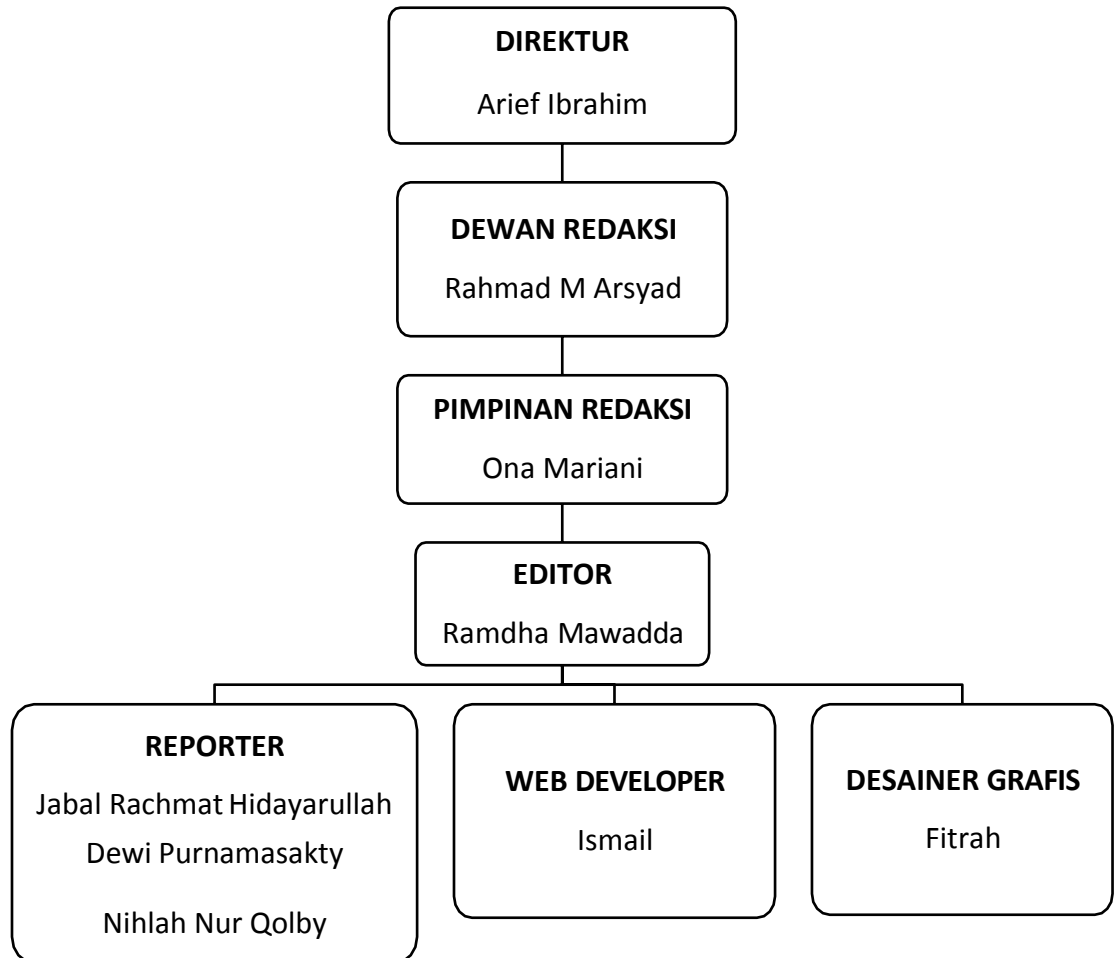
Adapun Visi yang dimiliki redaksi Readtimes.ID adalah :

Menjadi media majalah berita yang berbasis pada jurnalisme makna yang dalam, segar, kreatif, dan inovatif serta terdepan di Indonesia

Sementara Misi dari redaksi Readtimes.ID ada tiga, yaitu :

1. Kualitas liputan yang menggunakan tujuh fondasi jurnalisme makna Readtimes.ID
2. Melakukan ekspansi ruang publik, media sosial, dengan menyajikan informasi yang mendalam, dan inspiratif.
3. Menjadi media majalah berita dengan performa perusahaan media yang sehat dan mendorong kesejahteraan yang luas.

#### D. Struktur Organisasi Readtimes.ID



Gambar 3.7 Struktur Organisasi Readtimes.ID

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Setelah melakukan hasil penelitian terhadap objek secara langsung, mendatangi lokasi dan mewawancarai para informan, maka peneliti dapat memberikan gambaran terhadap lokasi penelitian, tanggapan informan maupun menjawab rumusan masalah yang dibuat sebelumnya yang semua dipaparkan pada penjelasan berikut.

##### **1. Identitas informan penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat 2 informan yang bertanggung jawab terhadap proses kerja redaksi Readtimes.ID secara kebijakan dan teknis, dan 2 informan yang berasal dari eksternal redaksi Readtimes.ID selaku pembaca.

##### **Informan 1**

Ona Mariani, S.IP merupakan seorang perempuan berusia 27 Tahun, bekerja sebagai Pimpinan perusahaan dari Readtimes.ID, sebelumnya Ona Mariani merupakan redaktur politik dan hukum di keredaksian.

##### **Informan 2**

Jabal Rachmat Hidayatullah, merupakan seorang laki-laki berusia 27 Tahun. Bekerja sebagai reporter dan juga sebagai social media handling pada Readtimes.ID. Sebelumnya, Jabal juga pernah bekerja sebagai desainer grafis.



**Informan 3**

Insyrah Salsabila Alif, merupakan seorang perempuan berusia 22 tahun, seorang mahasiswa yang gemar membaca berita melalui media online, Insyrah merupakan salah satu pembaca Readtimes.ID

**Informan 4**

Fauzia, merupakan seorang perempuan berusia 22 tahun, seorang mahasiswa yang aktif dalam kegiatan jurnalistik di eksternal kampus.

Fauzia merupakan salah satu pembaca Readtimes.ID

No.	Nama	Pekerjaan	Jabatan
1.	Ona Mariani	Pegawai Readtimes.ID	Pimpinan Redaksi Readtimes.ID
2.	Jabal Rachmat Hidayatullah	Pegawai Readtimes.ID	Reporter dan Social Media Handling
3.	Insyirah Salsabila Alif	Mahasiswa	Pembaca
4.	Fauzia	Mahasiswa	Pembaca

Tabel 4.1:Daftar Informan Penelitian

## 2. Deskripsi Hasil Penelitian

### A. Strategi Akun Instagram Readtimes.ID Dalam Menarik Minat Para Pembaca

Setelah melakukan observasi kurang lebih 2 bulan dan melakukan wawancara langsung maupun tertulis terhadap 5 orang informan yang bertanggung jawab atas proses kerja redaksi Readtimes.ID maka peneliti dapat memberikan gambaran terkait bagaimana strategi akun Instagram Readtimes.ID dalam menarik minat para pembaca dan apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung Readtimes.ID dalam menarik minat para pembaca. Pada dasarnya yang menjadi informan adalah orang-orang yang bertanggung jawab terhadap jalannya proses keredaksian, baik secara kebijakan maupun secara teknis pengelolaan media sosial.

Informan pertama Ona Mariani selaku pimpinan perusahaan Readtimes.ID memaparkan alasan Readtimes.ID hadir sebagai media:

“Kita berangkat dari fenomena *overload* informasi, banyak media yang asal-asalan buat berita, seperti berita kontroversial, berita *menye-menye*, mengandung *clickbait*. Kita mau meramaikan ruang publik dengan diisi oleh berita yang mendalam, jurnalisme makna. Itu yang sedang kita buat. Jadi kita tidak hanya menceritakan tentang peristiwa, tapi dibalik peristiwa ini ada sesuatu yang menarik yang harus diberi tahu,”  
(Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Berdasarkan wawancara diatas, diketahui garis besar hadirnya media Readtimes.ID memiliki tujuan untuk bisa meyalurkan informasi yang dalam dan bernilai kepada seluruh masyarakat dengan menghadirkan

jurnalisme makna, karena zaman sekarang berita hoax seringkali bermunculan.

Adapun peran Readtimes.ID dalam mengawal sebuah pemberitaan juga dijelaskan oleh Informan pertama:

“Jadi Readtimes dalam mengawal pemberitaan tidak berburu kecepatan, tapi kedalaman. Dalam mengawal kita biasanya membuat konten sepekan, tematik. Jadi dalam waktu satu pekan kita mainkan tema itu, diluar kita tetap update berita cepat atau berita *running*,” (Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Proses pengawalan suatu berita yang dilakukan Readtimes.ID ialah dengan menentukan satu tema besar tiap minggunya untuk kemudian akan ditulis dengan berbagai angle dan akan menghasilkan berita utama dan diupload setiap hari. Meski demikian, Readtimes.ID tetap menyajikan berita cepat yang sedang ramai diperbincangkan pada waktu itu juga. Selain itu, Ona Mariani juga menjelaskan tentang jenis isu yang akan dijadikan sebagai tema utama.

“Untuk isu yang punya banyak dampak bagi publik, itu biasanya kita angkat jadi tema dan diramu menjadi berita tematik tiap harinya selama satu pekan, jadi sepekan kita mainkan itu, kadang juga kita mengacu di perayaan hari-hari nasional, misal hari pers nasional, atau hari vaksin sedunia. Jadi kita buat berita selama sepekan itu dengan tema pers atau vaksin” (Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Dalam mengawal sebuah pemberitaan, Readtimes.ID mengarahkan pikiran pembaca melalui publikasi berita yang membahas pada isu tertentu. Seperti contoh yang dijelaskan diatas ketika terdapat isu yang dianggap

berdampak bagi publik atau terdapat sebuah perayaan hari nasional maka dalam sepekan Readtimes.ID akan berfokus pada isu tersebut untuk diangkat sebagai berita. Penjelasan informan tadi berkaitan dengan teori agenda setting yang telah dijelaskan pada Bab II bahwa teori agenda setting adalah teori yang menyatakan media massa merupakan pusat penentuan kebenaran, yang mampu mentransfer dua elemen, yaitu kesadaran serta informasi ke dalam agenda publik dengan cara mengarahkan kesadaran dan perhatian publik pada isu yang dianggap penting oleh media massa.

Saat ini, Readtimes.ID menyajikan satu berita utama, dan tiga berita cepat tiap harinya. Menurut Ona Mariani terkadang Readtimes.ID juga menyajikan sebuah rilis yang didapatkan dari berbagai kampus dan instansi yang melakukan kerja sama. Jumlah berita tersebut, diluar dari konten-konten lain yang juga disajikan seperti infografis, reels, dan lain sebagainya.

“Kalau dihitung perharinya itu total ada 5 berita, 1 berita utama, 3 berita cepat, dan 1 rilis, tapi kadang rilis ini masuk 2 perhari, tapi paling umum itu 1. Itu semua masih tulisan berita nah, belum lagi kadang kita juga buat konten dari berita yang ditulis seperti infografis dan reels,” (Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Secara umum, Ona Mariani selaku pimpinan redaksi juga menjelaskan bahwa Readtimes.ID tidak memiliki target sasaran khusus pembacanya. Dalam artian, berita yang disajikan oleh Readtimes.ID bersifat umum sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat membacanya.

“Tidak, kami tidak punya sasaran khusus seperti harus pelajar, pebisnis, atau apalah. Sasaran kita itu masyarakat umum jii,” (Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Ona Mariani juga menjelaskan bagaimana Readtimes.ID menentukan topik beritanya. Biasanya Readtimes.ID akan mengkaji terlebih dahulu isu apa yang kiranya bisa memiliki nilai kepada masyarakat sebelum melihat pada isu yang ramai diperbincangkan.

“Karena kita basisnya tidak berburu kecepatan, jadi sebelum melihat tren-tren atau isu yang lagi ramai, kita melakukan kajian terlebih dahulu. Mini riset lah istilahnya, seperti kemarin kita angkat tema tentang e-commerce VS social commerce, saat kita angkat itu jadi tulisan, topik itu tidak sedang tren di masyarakat. Tapi setelah kita sajikan, baru masyarakat tahu bahwa, oh ternyata ada yang namanya istilah e-commerce dan social commerce” (Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

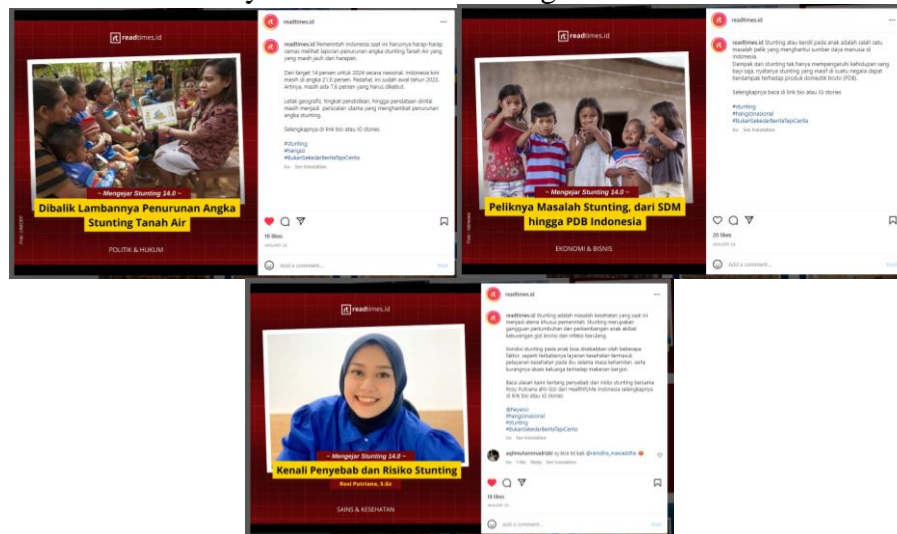
Relevan dengan pernyataan diatas, Informan kedua, yaitu Jabal Rachmat Hidayatullah yang merupakan seorang reporter sekaligus sebagai social media handling juga menjawab terkait penentuan topik berita Radtimes.ID

“Penentuan topik biasanya melalui rapat redaksi. Namun, pimpinan redaksi juga memegang kendali dalam penetapan topik yang bakal dibahas. Topik yang diangkat umumnya mengikuti temuan-temuan mini riset, kadang juga tren informasi, atau momentum yang bakal terjadi,” (Wawancara Informan 2 pada, 10 Januari 2023)

Penentuan topik berita berdasarkan momentum yang akan terjadi menjadi trik yang juga sering digunakan oleh Readtimes.ID. Contohnya seperti momentum peringatan hari gizi nasional yang jatuh pada 25 Januari

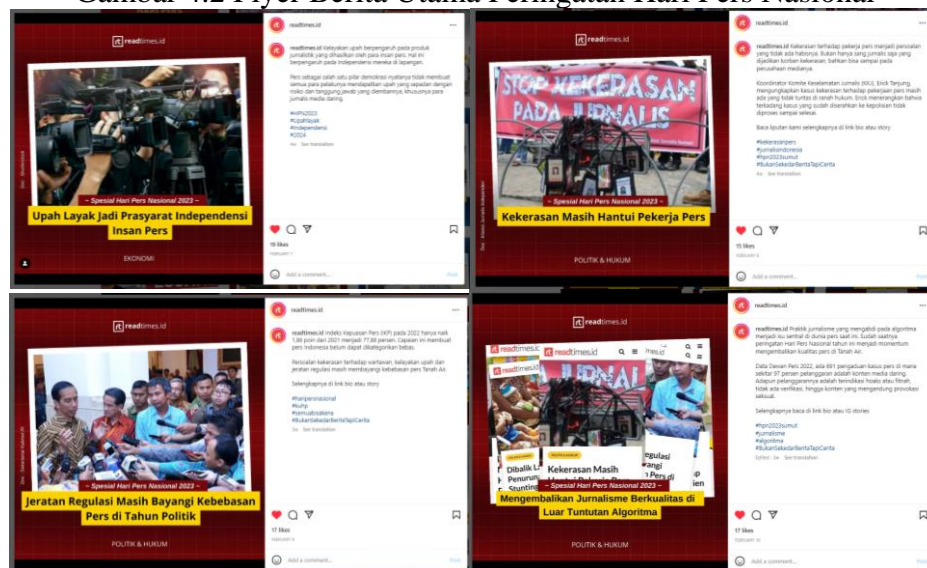
kemarin dan momentum peringatan hari pers nasional yang diperingati pada 9 Februari kemarin. Hal itu juga sebagai upaya meramaikan tiap-tiap hari peringatan.

Gambar 4.1 Flyer Berita Utama Peringatan Hari Gizi Nasional



Sumber : Data Sekunder 2023

Gambar 4.2 Flyer Berita Utama Peringatan Hari Pers Nasional



Sumber : Data Sekunder 2023

Setelah menentukan topik yang akan diangkat menjadi berita, selanjutnya tim redaksi dalam hal ini reporter akan mulai meramu beritanya. Jabal Rachmat Hidayatullah yang merupakan informan kedua dan bertindak sebagai reporter menjelaskan alur pemberitaan readtimes.id

“Pada proses pembuatan berita, pimpinan redaksi dan editor memegang peranan penting dalam tahap awal. Setelah riset sudah selesai, reporter bakal bergerak untuk mencari informasi yang relevan kemudian akan mengumpulkannya. Penerbitan tulisan melalui editor untuk kemudian bakal berlanjut ke proses pengunggahan,” (Wawancara Informan 2 pada, 10 Januari 2023)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, peneliti mendapatkan fakta bahwa dalam proses membuat sebuah berita hingga menerbitkannya, redaksi Readtimes.ID melibatkan semua stakeholdernya. Pimpinan redaksi dan editor akan membagi subtopik dari tema utama yang telah ditentukan bersama, menentukan kisi-kisi berita, dan narasumber yang akan digunakan. Setelah itu, reporter akan membuat ToR pertanyaan dan menghubungi narasumber untuk melakukan wawancara. Biasanya, reporter dan narasumber melakukan wawancara melalui *smartphone*. Hal itu jelaskan juga oleh Jabal Rachmat Hidayatullah selaku informan kedua.

“Metode wawancara kita biasanya *by phone*, jadi kalau kita sudah dapat kontak whatsappnya langsung kita chat, kadang juga kita melakukan wawancara di Instagram melalui fitur Direct Message” (Wawancara Informan 2 pada, 10 Januari 2023)

Setelah menerbitkan berita pada website resmi, Ona Mariani selaku informan 1 menjelaskan proses penyebarluasan yang dilakukan oleh redaksi Readtimes.ID hingga beritanya sampai kepada para pembaca.

“Selain menyebarkan berita melalui Instagram dengan mencantumkan link website, media kita juga punya grup whatsapp dengan nama grup Dewan Pembaca, jadi bukan hanya penyebarluasan di Instagram saja, tapi juga Whatsapp,”  
(Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Menyebarkan link berita pada Instagram menjadi hal wajib bagi Readtimes.ID, selain itu fakta baru yang peneliti dapatkan adalah redaksi Readtimes.ID juga masif membagikan beritanya ke grup Whatsapp bernama Dewan Pembaca. Hingga saat ini, jumlah grup dewan pembaca yang dimiliki oleh Readtimes.ID sebanyak 10 grup. Media ini juga memiliki grup bernama Forum Dosen yang berisikan beberapa dosen dari berbagai Universitas, ada juga grup Humas Sulawesi Selatan dan Humas Sulawesi Tengah.

Sebagai media yang sudah terverifikasi dewan pers, Readtimes.ID tentu memiliki target jumlah pembaca. Ona Mariani, Informan 1 yang merupakan pimpinan redaksi menjelaskan jumlah pembaca yang menjadi target Readtimes.ID adalah 1000 pembaca dalam satu hari. Sehingga, jika direkap selama sepekan, total target jumlah pembaca Readtimes.ID adalah 7000 pembaca.



“Kita punya target pembaca itu 1000 per hari, sehingga dalam seminggu target kita harus 7000, namun masih agak sulit untuk kita mencapai angka tersebut,” (Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Meskipun sudah memiliki target harian dan bahkan mingguan untuk pembaca berita, redaksi Readtimes.ID masih sering mengalami kesulitan untuk mencapai target tersebut. Sehingga sebagai upaya penyelesaian masalah tersebut, Readtimes.ID harus memiliki strategi khusus agar dapat memenuhi target. Ona Mariani selaku informan 1 menjelaskan hal tersebut.

“Strategi kita sekarang itu adalah main kata kunci, ada istilahnya SEO itu, kita main itu. Sekarang ini kita mau tambahkan lagi grup dewan pembaca di whatsapp, kalau bisa kita mau capai 20 grup dewan pembaca. Kalau di sosial media kita pake hashtag yang lagi populer, kita juga masifkan upload berita di instastory. Sementara itu, kita juga lagi sering-sering buat konten ini di Instagram supaya” (Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Jabal Rachmat Hidayatullah selaku informan 2 juga menjelaskan terkait strategi yang diterapkan oleh redaksi Readtimes.ID untuk meningkatkan jumlah pembaca.

“Pembaca Readtimes.ID umunya bersumber dari grup dewan pembaca. Selain itu, strategi yang lain ialah melalui pendekatan penulisan yang berbeda dari berita pada umumnya. Readtimes.ID juga mengandalkan pembaca dari sosial media, saat ini kami lebih sering memproduksi konten untuk Instagram seperti style beberapa media lainnya diluar sana dengan memanfaatkan fitur reels.” (Wawancara Informan 2 pada, 10 Januari 2023)

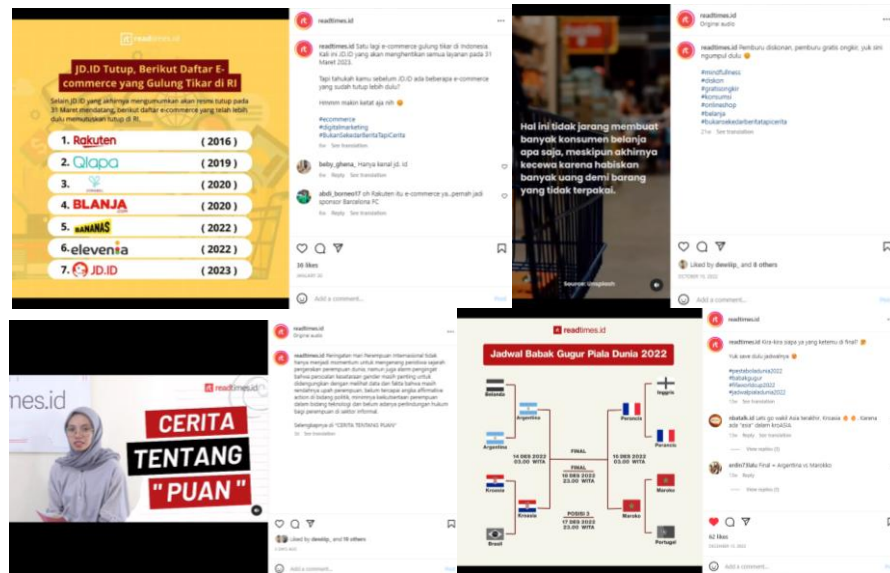
Berdasarkan jawaban yang dikemukakan oleh informan 1 dan informan 2, maka peneliti dapat menarik kesimpulan kecil bahwa media Readtimes.ID menggunakan beberapa strategi untuk dapat mencapai target pembaca dan menarik minat lebih para pembaca. Adapun strategi yang dilakukan redaksi Readtimes.ID yaitu dengan memanfaatkan SEO (*Search Engine Optimization*), memanfaatkan grup whatsapp dewan pembaca, grup forum dosen, grup humas Sulawesi Selatan dan Sulawesi Tengah, dan memanfaatkan sosial media khususnya Instagram.

Melihat fokus utama peneliti pada penelitian kali ini adalah bagaimana strategi yang dilakukan Readtimes.ID dalam mengelola sosial mediana terkhusus akun Instagram sehingga dapat menarik minat pembaca, dan berdasarkan penjelasan dari kedua informan diatas yang mengemukakan bahwa saat ini Readtimes.ID berfokus pada pembuatan konten di Instagram.

Tak hanya itu, Jabal Rachmat Hidayatullah yang juga merupakan social media handling Readtimes.ID mengemukakan beberapa jenis konten yang dibuat oleh tim redaksi.

“Ada beberapa konten itu yang sering kita buat. Infografis, video siniar atau podcast, video pendek atau reels, dan konten feature juga. Konten feature itu hampir samaji dengan infografis sebenarnya, hanya saja kalau diupload di Instagram tampilannya berslide-slide.” (Wawancara Informan 2 pada, 10 Januari 2023)

Gambar 4.3 Konten-Konten Readtimes.ID



Sumber: Data Sekunder 2023

Infografis, reels, podcast, dan konten feature merupakan konten yang rutin digarap oleh tim redaksi Readtimes.ID. Dalam penggarapan konten tersebut, tentunya dibutuhkan sebuah strategi agar tujuan yang ingin dicapai dapat dijalankan dengan optimal.

Untuk itu, Jabal Rachmat Hidayatullah yang bertanggung jawab terhadap media sosial Readtimes.ID khususnya konten-konten yang di produksi, memaparkan terkait bagaimana strategi yang diterapkan redaksi Readtimes.ID ketika akan melakukan produksi konten Instagram.

“Sebelum membuat konten, tentu kita harus ada perencanaan terlebih dahulu, seperti konten apa yang akan dibuat, bagaimana desainnya, atau animasinya, backsound yang seperti apa digunakan. Itu semua proses perencanaan. Jadi sebelum di eksekusi, saya breakdown semua dulu satu-satu, baru setelah itu diskusi sama tim, kalau sudah acc ya langsung eksekusi sesuai perencanaan. Jadi untuk menjaga kualitas dari konten, proses pengecekan perencanaan dari pimred juga dilakukan untuk menjaga identitas dari media Readtimes sendiri, biasanya kalau

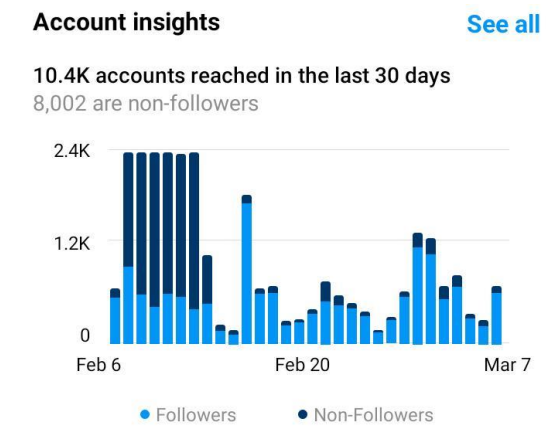
media lain semua konten dan berita jadi tanggung jawab masing-masing jurnalis,” (Wawancara Informan 2 pada, 10 Januari 2023)

Strategi pertama yang dilakukan oleh tim redaksi Readtimes.ID adalah perencanaan. Tahap perencanaan diawali dengan olah data melalui riset dan analisis, kemudian setelah itu tim redaksi akan melakukan diskusi untuk meminta pendapat tiap tim. Setelah itu, disiapkan bahan untuk kemudian dieksekusi menjadi sebuah konten di Instagram.

Setelah tahapan perencanaan dilalui, Jabal Rachmat Hidayatullah menjelaskan tahapan selanjutnya yaitu aktivasi dan pengawasan. Aktivasi merupakan tahapan dimana konten yang telah disusun sedemikian rupa dan telah melalui proses perencanaan yang kemudian dieksekusi hingga berbentuk konten seutuhnya sesuai dengan perencanaan awal yang telah dilakukan. Selanjutnya, tahap pengawasan dimana konten yang sudah disebarluaskan dipantau perkembangannya, sejauh mana *engagementnya*, dan bagaimana respon audiens terkait konten yang dibuat.

“Tentu setelah di upload kontennya, akan kita awasi terus bagaimana respon audiens, berapa jumlah like komennya, dan kita juga pantau lewat *engagementnya* di Instagram,” (Wawancara Informan 2 pada, 10 Januari 2023)

Gambar 4.4 Data Engagement Postingan Readtimes.ID di Instagram



Sumber : Data Sekunder 2023

Selanjutnya setelah melalui tahapan aktivasi dan pengawasan, strategi yang akan ditempuh oleh tim redaksi Readtimes.ID adalah tahapan optimalisasi. Pada tahapan ini, tim redaksi akan melakukan evaluasi pada tiap konten yang berhasil dipublikasikan. Melalui evaluasi itulah muncul saran-saran dan nantinya akan menjadi referensi pada pembuatan konten selanjutnya, sehingga konten yang akan datang bisa lebih optimal lagi.

Jabal Rachmat Hidayatullah yang bertanggung jawab terhadap media sosial khususnya konten di media Readtimes.ID menjelaskan tentang tahapan optimalisasi tersebut.

“Jadi strategi ketiga itu optimalisasi, ini tahap krusial sih, karena punya juga pengaruh di konten yang akan dibuat setelahnya. Nantinya hasil-hasil evaluasi itu dipakai kalau mau buat konten

lagi, biar kontennya makin bagus, makin ciamik,” (Wawancara Informan 2 pada, 10 Januari 2023)

Setelah melakukan wawancara dengan kedua informan yang berasal dari internal redaksi Readtimes.ID, peneliti juga melakukan wawancara dengan informan dalam lingkup eksternal media Readtimes.ID. Insyirah Salsabila Alif selaku informan 3 sebagai pembaca berita yang disajikan oleh Readtimes.ID menjelaskan pandangannya terkait konten yang disajikan

“Yah, untuk urusan konten, Readtimes.ID kalau saya lihat lumayan sering ya mereka upload, walaupun kontennya nda tiap hari tapi kualitas dari konten itu sendiri menurut saya bagus, meskipun kontennya sedikit ringan tapi masih mengandung informasi yang bermanfaat” (Wawancara Informan 3 pada, 8 Maret 2023)

Sementara itu, Fauzia yang merupakan informan 4 dan juga seorang pembaca Readtimes.ID juga memberi pandangannya terkait konten-konten yang disajikan oleh Readtimes.ID

“Menurutku kontennya Readtimes.ID ya samaji seperti konten media lokal pada umumnya, informatif ji, apalagi informasinya itu dari berbagai bidangki, kesehatan misalnya, ekonomi juga pernah saya lihat, jadi luaski cakupannya menurutku, tapi jarang upload saya liat, mungkin ada jadwal tersendirinya, tapi menurutku untuk konten sekelas reels itu haruski memang lebih sering upload biar audiens bisa juga lebih dekat.” (Wawancara Informan 4 pada, 8 Maret 2023)

## **B. Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung Readtimes.ID**

### **Dalam Menarik Minat Para Pembaca**

Informan 1 Ona Mariani selaku pimpinan redaksi Readtimes.ID menjelaskan bentuk evaluasi yang dilakukan oleh redaksi terkait suatu berita yang tidak sesuai dengan target pembaca.

“Kita adakan evaluasi itu 1 kali dalam sepekan, dan diadakan di hari senin. Disitu kita bahas semua apa-apa yang kurang dari berita yang sudah kita tulis, entah itu penulisannya kah, narsumnya kah, atau deadline masuknya berita. Untuk evaluasi target pembaca, kalau tidak sesuai target kita masifkan lagi share beritanya melalui instastory, grup dewan pembaca, dan grup-grup lainnya.” (Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Selanjutnya, informan 2 Jabal Rachmat Hidayatullah sebagai social media handling mengemukakan penilaiannya terhadap konten Readtimes.ID yang masih belum mampu menarik minat pembaca.

“Tidak semua konten Readtimes berhasil menarik perhatian pembaca. Contohnya seperti kemarin, bahkan jika menggunakan data dari Instagram analytics, hanya 8 konten orisinil dari 15 postingan yang memperoleh engagement tinggi. Ini saya bahas waktu postingan awal maret ya.” (Wawancara Informan 1 pada, 10 Januari 2023)

Sementara itu, informan 4, Fauzia, sebagai pembaca berita pada portal Readtimes.ID juga mengatakan hal yang sama dengan informan 2, bahwa konten produksi Readtimes.ID belum menarik minatnya.

“Menurut saya pribadi sebenarnya belum terlalu menarik pembaca kontennya. Saya belum terlalu tertarik sih sama kontennya, lebih ke visualnya yang masih mau diperbaharui supaya lebih menarik. Ditambah lagi viewersnya juga masih sedikit sih menurutku. Terus kalau saya perhatikan Readtimes

masih kurang dalam publikasi berita lokal, kan basisnya ada di Makassar.” (Wawancara Informan 4 pada, 8 Maret 2023)

Di sisi lain, informan 3, Insyirah Salsabila Alif mengemukakan pandangannya bahwa konten yang disajikan Readtimes.ID mampu menarik perhatian untuk membaca berita lainnya.

“Kalau saya pribadi, konten-konten yang disajikan Readtimes.ID mampu menarik perhatian saya untuk membaca lebih lanjut berita-beritanya. Desainnya simple, jadi tidak membuat saya jenuh, jenis berita yang diangkat juga punya kedekatan tersendiri dengan saya jadi mungkin itu yang bisa menarik minatku untuk membaca.” (Wawancara Informan 3 pada, 8 Maret 2023)

Adapun faktor pendukung Readtimes.ID dalam menarik pembaca dijelaskan oleh informan 2 Jabal Rachmat Hidayatullah sebagai social media handling.

“Kalau soal isi beritanya, Readtimes bisaji dibanggakan lah, karena isi kontennya itu bersifat eksklusif dan Readtimes juga bisa sajikan sesuatu yang beda kepada pembaca. Cuma mungkin yang kurang itu di visualisasinya.” (Wawancara Informan 3 pada, 8 Maret 2023)

Jabal Rachmat Hidayatullah selaku reporter dan social media handling juga memaparkan terkait kendala yang dialami oleh tim redaksi yang menjadi faktor penghambat media Readtimes.ID untuk menarik minat para pembaca.

“Posisi Readtimes sebagai media baru cukup membuat kami masih kurang besar secara reputasi di antara narasumber, sehingga hal itu membuat kami cukup kesulitan dalam mencari narasumber yang sesuai dengan tema tulisan yang ditentukan.” (Wawancara Informan 3 pada, 8 Maret 2023)



## **B. Pembahasan**

Berdasarkan hasil temuan-temuan data sebelumnya, maka tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis data atau pembahasan. Pada bagian pembahasan penulis akan membahas hasil penelitian yang dikaitkan dengan pokok permasalahan yang sudah diuraikan pada rumusan masalah sebelumnya.

### **A. Strategi Akun Instagram Readtimes.ID Dalam Menarik Minat Para Pembaca**

Pada bagian ini penulis akan membahas penelitian yang dikaitkan dengan rumusan masalah pertama. Penelitian ini untuk mengetahui strategi akun Instagram Readtimes.ID dalam menarik minat pembaca. Berdasarkan pemaparan dari semua informan dan temuan penulis selama meneliti, maka dijabarkan tentang bagaimana strategi akun Instagram Readtimes.ID dalam menarik minat pembaca, yaitu sebagai berikut:

Redaksi Readtimes.ID dalam upaya menarik minat para pembaca melakukan beberapa strategi yaitu pemanfaatan SEO (*Search Engine Optimization*) pada halaman website atau portal media Readtimes.ID, melakukan penyebaran link berita pada grup Dewan Pembaca di Whatsapp, dan memanfaatkan sosial media dalam hal ini Instagram.

Ledford (2009) menjelaskan bahwa SEO adalah teknik pencarian yang menggunakan kata kunci atau frase yang mengandung indikator yang terkandung dalam halaman-halaman web, informasi tersebut yang akan di indeks oleh mesin. Pada halaman website yang dimiliki oleh Readtimes.ID kata kunci atau *keyword* sering digunakan, salah satu contoh *keyword* yang

pernah digunakan adalah Covid-19. Namun sayangnya dalam penerapan SEO ini, belum memunculkan dampak yang signifikan terkait jumlah pembaca yang dimiliki oleh media Readtimes.ID. Selanjutnya selain menerapkan SEO, Readtimes.ID juga memfasilitasi penyebaran beritanya melalui grup whatsapp Dewan Pembaca, Forum Dosen, dan Humas Sulawesi Selatan serta Sulawesi Tengah. Penyebaran link berita melalui beberapa grup whatsapp tersebut merupakan strategi utama Readtimes.ID untuk mendapatkan pembaca.

Selain menerapkan SEO dan grup Dewan Pembaca, media Readtimes.ID juga memanfaatkan sosial media dalam menarik pembaca untuk membaca berita di portal resminya. Instagram merupakan media sosial utama yang digunakan oleh Readtimes.ID. Pada penjelasan yang dikemukakan oleh Rulli Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Media Sosial tahun 2015, Instagram masuk pada kategori *social networking* yang merupakan sebuah sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Interaksi yang terjadi di media sosial relevan dengan pandangan Pierre Levy tentang konsep *New Media* bahwa dalam hal ini Instagram Readtimes.ID merupakan sebuah lingkungan terbuka, fleksibel, dan dinamis yang membuat seluruh penggunanya mendapat informasi lebih mudah melalui berita dan konten yang disajikan. Selain pandangan tentang interaksi terdapat pula pandangan integrasi dimana media yang dimiliki oleh Readtimes.ID merupakan sebuah bentuk penyesuaian khalayak

dengan lingkungan virtual dalam hal ini informasi dan isu-isu yang disajikan oleh Readtimes.ID

Sebagai media yang baru lahir ditengah terjangan konvergensi, Readtimes.ID tentu memanfaatkan beberapa perubahan di era *New Media*. Penggunaan media sebagai sarana untuk menyebarkan berita dan menarik para pembaca untuk membaca berita yang disajikan merupakan salah satu bentuk representasi Readtimes.ID terlibat di era media baru. Dalam praktiknya menggunakan media sebagai upaya menarik pembaca, proses pemanfaatan Instagram Readtimes.ID selain membagikan link berita melalui instastory juga aktif memproduksi konten-konten seperti reels, infografis, dan podcast. Dalam proses pembuatan berbagai jenis konten tersebut, Readtimes.ID menerapkan strategi agar konten yang disajikan dapat menarik para pembaca.

Strategi merupakan proses dari menentukan rencana dengan pada tujuan jangka sebuah organisasi atau perusahaan yang dibarengi dengan penyusunan suatu cara atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Anwar Arifin dalam Suryadi (2018:5) menyebutkan bahwa strategi merupakan sebuah ketentuan kondisional yang mencakup langkah-langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan Readtimes.ID dalam menarik khalayak untuk membaca berita yang disajikan, maka tim redaksi menerapkan sebuah strategi. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa dalam menjalankan strategi akun Instagram

untuk menarik pembaca, terdapat 3 tahapan yang perlu diperhatikan, antara lain Perencanaan, Aktivasi dan Pengawasan, serta Optimalisasi.

**a. Perencanaan**

Perencanaan merupakan tahapan proses paling awal dalam dari pengelolaan, tahap ini merupakan cara ataupun perbuatan untuk merancang konsep serta fondasi dari pengelolaan yang akan dilakukan. Dalam mengelola akun Instagram untuk menarik minat para pembaca, tim redaksi Readtimes.ID memulai dengan tahapan pertama yaitu perencanaan.

Tahap ini dimulai dengan proses *breakdown* dengan menentukan konsep konten yang akan dibuat melalui rapat redaksi, tim redaksi akan diminta untuk memberikan ide pikirannya terkait konsep yang akan dipilih, lalu pimpinan redaksi dan editor akan berdiskusi untuk memilih konsep mana yang akan digunakan, setelah konsep sudah ditetapkan selanjutnya *social media handling* melakukan mini riset dan analisis di internet terkait konsep yang sudah dipilih. Setelah semua bahan untuk keperluan konten terkumpul, tim redaksi akan melakukan diskusi kembali terkait keputusan akhir konsep konten yang akan diproduksi yang selanjutnya akan dieksekusi oleh *social media handling*. Salah satu proses dari tahapan perencanaan yang dilalui oleh tim redaksi pada saat penentuan konten untuk peringatan Hari Palang Merah Sedunia dimana konsep yang disepakati ialah konten berbentuk video singkat aksi kemanusiaan pejuang donor

darah. Setelah konsep disetujui, *social media handling* melakukan riset terkait video aksi kemanusiaan lainnya di Youtube yang dijadikan sebagai referensi.

Pada tahapan perencanaan konten, proses yang dilalui hampir sama dengan penentuan topik berita dimana Readtimes akan berfokus dengan satu tema atau isu tertentu yang dianggap penting untuk dijadikan konten lalu dipublikasikan kepada khalayak, Hal ini relevan dengan teori agenda setting yang menekankan bahwa media mampu membuat khalayak menilai sesuatu yang penting berdasarkan apa yang disampaikan oleh media itu sendiri, dan berdasarkan dua asumsi dasar dari teori agenda setting yaitu jurnalisme dan media massa tidak mencerminkan realitas, tetapi menyaring dan membentuk isu serta media massa menawarkan banyak topik dan lebih menekankan pada topik tertentu yang dianggap penting.

#### **b. Aktivasi dan Pengawasan**

Setelah dilakukannya proses perencanaan, tahapan selanjutnya aktivasi dan pengawasan merupakan proses yang dilakukan dengan tujuan dan target audience. Tahap ini merupakan praktik pelaksanaan dari pemanfaatan media sosial.

Aktivasi merupakan tahapan dimana konten yang telah disusun sedemikian rupa dan telah melalui proses perencanaan yang kemudian dieksekusi hingga berbentuk konten seutuhnya sesuai dengan perencanaan awal yang telah dilakukan oleh *social media handling*.

Setelah melakukan take video, selanjutnya dilakukan proses editing agar konten yang disajikan lebih menarik. Proses editing juga dilakukan oleh social media handling yang juga merangkap sebagai desainer grafis. Salah satu proses aktivasi pada konten peringatan Hari Palang Merah Sedunia yang dijelaskan sebelumnya pada tahap awal dilakukan dengan turun langsung ke lapangan dan melakukan wawancara bersama LDDM (Lingkar Donor Darah Makassar) selaku narasumber. Setelah konten yang disusun sudah selesai, file awal konten diperlihatkan kepada pimpinan redaksi untuk dilakukan revisi atau perubahan jika diperlukan, jika sudah cukup dan layak publikasi, maka konten akan diunggah oleh *social media handling* atau pimpinan redaksi. Selanjutnya, tahap pengawasan dimana konten yang sudah disebarluaskan dipantau perkembangannya, sejauh mana *engagementnya*, dan bagaimana respon audiens terkait konten yang dibuat.

Dalam tiap satu pekan, tim redaksi Readtimes.ID akan mengunggah 2 jenis konten di Instagram pada hari sabtu. Jenis konten tersebut berupa konten reels dan podcast. Sementara untuk konten jenis lainnya seperti infografis dan konten feature tidak memiliki jadwal pengunggahan.

### **c. Optimalisasi**

Tahap terakhir adalah optimalisasi setelah dilakukan perencanaan, serta aktivasi dan pengawasan. Optimalisasi merupakan

proses yang membantu kontinuitas jalannya pengelolaan. Pada proses ini dilakukan evaluasi konten dan identifikasi dari hasil pelaksanaan seperti, apakah sudah mencapai tujuan.

Tim redaksi akan melakukan evaluasi pada tiap konten yang berhasil dipublikasikan, evaluasi dilakukan di awal rapat redaksi bersama para tim sebelum kembali membahas rancangan konten yang akan dibuat. Melalui evaluasi itulah muncul saran dan masukan yang nantinya akan menjadi referensi pada pembuatan konten selanjutnya, sehingga konten yang akan datang bisa lebih optimal lagi.

Proses evaluasi dipimpin oleh pimpinan redaksi dan *social media handling* yang akan memaparkan data dari konten yang telah dibuat dengan menampilkan jumlah like, komen, dan share, serta engagement yang didapatkan.

## **B. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Readtimes.ID Dalam Menarik Minat Para Pembaca**

Pada bagian ini penulis akan membahas penelitian yang dikaitkan dengan rumusan masalah kedua, penelitian ini untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat Readtimes.ID dalam menarik minat para pembaca. Berdasarkan penjelasan dari para informan dan temuan-temuan di lapangan maka penulis mejabarkan faktor pendukung dan faktor penghambat Readtimes.ID dalam menarik minat pembaca yaitu sebagai berikut:

## **a. Faktor Pendukung**

### **1) Isi Berita Yang Berkualitas dan Eksklusif**

Dalam memproduksi sebuah berita, kualitas tulisan yang dimiliki oleh redaksi Readtimes.ID terbilang bagus. Berita-berita yang dihasilkan dikatakan eksklusif karena reporter turun ke lapangan dan melakukan wawancara langsung dengan informan. Selain itu, dalam mengawal sebuah berita Readtimes.ID tidak serta-merta mengangkat berita yang kontroversial. Sesuai dengan *tagline* yang dimiliki yaitu “Bukan Sekedar Berita Tapi Cerita” Readtimes.ID mampu menyajikan berita dalam bentuk cerita dalam sebuah peristiwa. Salah satu berita berkualitas dan eksklusif yang pernah diliput oleh Readtimes.ID ialah liputan peringatan Hari Pers Nasional yang berjudul Kekerasan Masih Menghantui Pekerja Pers

### **2) Narasumber Yang Ahli Pada Bidangnya**

Dalam menentukan seorang narasumber, Readtimes.ID tidak secara sembarangan melakukan wawancara. Beberapa narasumber yang dimiliki oleh Readtimes.ID terbilang *eligible* seperti para pakar, pengamat, dan juga dokter spesialis. Salah satu pakar yang menjadi narasumber Readtimes.ID ialah Zulkarnain Hamson yang merupakan seorang pakar komunikasi.



## **b. Faktor Penghambat**

### **1) Publikasi Berita Lokal Yang Kurang**

Secara umum, Readtimes.ID merupakan media 89etik yang terletak di Kota Makassar, semestinya Readtimes.ID juga memfokuskan pemberitaan terkait peristiwa-peristiwa yang terjadi di Kota Makassar, namun hal tersebut jarang dilakukan. Fokus utama Readtimes.ID hanya pada berita berskala nasional. Hal inilah yang membuat Readtimes.ID kurang dikenal di Kota Makassar.

### **2) Masih Tergolong Sebagai Media Baru**

Kategori Readtimes.ID yang bisa dibilang masih baru dalam industri media membuatnya belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas. Terkadang ini juga menjadi penghambat 89etika sedang mencari narasumber.

### **3) Jumlah Konten Yang Disajikan Masih Sedikit**

Meskipun rutin melakukan produksi konten tiap pekannya, Readtimes.ID masih dianggap kurang dalam menyajikan berbagai konten, jika dibandingkan dengan media-media lain yang memproduksi konten perhari. Sehingga pembaca atau khalayak masih merasa kurang. Konten-konten yang disajikan juga dianggap masih cukup kaku sehingga membuat pembaca kurang nyaman.

#### **4) Visualisasi konten yang kurang**

Meski sudah menyajikan beberapa konten yang dirasa sudah cukup. Namun dalam hal visualisasi konten yang dimiliki oleh Readtimes.ID masih dirasa kurang karena desainnya terbilang monoton. Hal ini relevan dengan faktor penghambat ketiga, yaitu konten yang disajikan terbilang cukup kaku. Sehingga tidak bisa dinikmati oleh semua kalangan pembaca.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pada bagian ini disajikan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dimana ditemukan jawaban terhadap ujian penelitian ini yaitu memperoleh gambar yang jelas mengenai bagaimana strategi akun Instagram Readtimes.ID dalam menarik minat para pembaca dan apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat Readtimes.ID dalam menarik minat pembaca.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada Bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi akun Instagram Readtimes.ID dalam menarik minat pembaca terdiri dari tiga tahap yakni tahap pertama merupakan tahap perencanaan yang melewati proses mini riset dan analisis terkait konsep konten yang telah ditentukan, proses perencanaan yang dilakukan oleh Readtimes.ID sedikit berbeda dengan media lain dimana pimpinan redaksi akan ikut terlibat untuk mengecek konsep yang telah direncanakan, dari hasil riset dan analisis yang dilakukan nantinya akan terkumpul bahan konten yang akan disajikan untuk masyarakat. Tahap kedua yaitu tahap aktivasi dan pengawasan, tahap aktivasi merupakan tahap dimana konten yang telah disusun melalui proses eksekusi hingga berbentuk konten

seutuhnya dan sudah melalui proses publikasi, selanjutnya akan dilakukan pengawasan terhadap konten yang sudah disebarluaskan dan melihat bagaimana respon pembaca atau penerima. Dan tahap terakhir yaitu optimalisasi, tahap ini akan membantu tim redaksi dalam menyusun konsep konten yang akan dibuat selanjutnya karena akan diadakan evaluasi dan identifikasi dari hasil pelaksanaan apakah sudah mencapai tujuan atau belum.

2. Faktor pendukung Readtimes.ID dalam menarik minat pembaca yaitu isi berita yang disajikan berkualitas dan eksklusif dan menggunakan narasumber yang ahli pada bidangnya. Sementara itu, faktor penghambat Readtimes.ID dalam menarik minat pembaca yaitu publikasi berita lokal yang kurang, masih tergolong sebagai media baru, jumlah konten yang disajikan masih sedikit, dan visualisasi konten yang masih kurang.

## **B. Saran**

1. Dalam mengawal isu pemberitaan, hendaknya Readtimes.ID juga berfokus pada pemberitaan lokal di Sulawesi Selatan khususnya Kota Makassar mengingat basis media ini terletak di Kota Makassar, selain itu dalam kajian ilmu komunikasi terdapat istilah yang dinamakan unsur *proximity* yang menjadi salah satu kriteria nilai suatu berita bahwa nilai berita menekankan pada kedekatan peristiwa terhadap masyarakat baik secara geografis, psikologis, serta ideologis.

2. Agar dapat mencapai target pembaca, Readtimes.ID hendaknya mampu memanfaatkan fitur iklan di platform Instagram. Fitur iklan bekerja dengan cara mempromosikan postingan sebuah akun untuk menarik perhatian para pengguna Instagram, baik itu postingan di *feed*, *story*, dan *reels*. Readtimes.ID dapat memanfaatkan fitur tersebut dengan mempromosikan konten-konten yang disajikan.
3. Dalam proses pembuatan konten, hendaknya Readtimes.ID bisa lebih memperhatikan visualisasi yang digunakan agar pembaca dapat lebih tertarik lagi menikmati konten yang disajikan, seperti penggunaan warna desain konten yang memiliki kesan lembut, penggunaan font, serta pemilihan gambar pendukung yang tidak kaku. Perlu pula penambahan jenis konten yang lebih santai agar semakin beragam seperti konten mingguan tentang rekomendasi film, buku, ataupun lagu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. CV Armico; Bandung.
- Bahfiarti, T., Theriady, A. A. Z., Akmalia, D., & Sabir, T. A. (2021). Penggunaan Media Sosial pada Calabai di Sulawesi Selatan. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2), 197-213.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo: Jakarta.
- Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Unhas. (2020). *Pedoman Penyusunan Skripsi dan Karya*. Makassar: Unhas Press.
- Effendy, Onong. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Hasan, A. F., Sarwani, S., & Ramadhani, M. M. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI RADIO dBs 101, 9 FM BANJARMASIN DALAM MENARIK PARTISIPASI PENDENGAR PADA PROGRAM REQUEST LAGU. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- Indozone.id. 2019. "Media Wajib Punya 2 Unsur Ini untuk Lolos Verifikasi Dewan Pers". (<https://www.indozone.id/news/L9s6j1/media-wajib-punya-2-unsur-ini-untuk-lolos-verifikasi-dewan-pers>, diakses pada 21 November 2022, pukul 11:32 WITA).
- Iskandar, Dudi. 2018. *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*.
- Kasiyun, S. (2015). Upaya meningkatkan minat baca sebagai sarana untuk mencerdaskan bangsa. *Jurnal Pena Indonesia*, 1(1), 79-95.
- Kominfo.go.id. 2020. "Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital". ([https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker), diakses pada 8 November 2022, pukul 14:18 WITA)
- Kompas.com. "Survei Reuters: 68 Persen Masyarakat Indonesia Mengakses Berita dari Medsos". (<https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/17/153126682/survei-reuters-68-persen-masyarakat-indonesia-mengakses-berita-dari?page=all>, diakses pada 2 Mei 2023, pukul 21.45 WITA)
- Kompas.com. "Teori Agenda Setting Dalam Komunikasi Massa". (<https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/14/100000469/teori-agenda>

[setting-dalam-komunikasi-massa?page=all](#), diakses pada 2 Mei 2023, pukul 22.10 WITA)

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana: Jakarta.
- M. Romli, Syamsul, Asep. 2018. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia: Bandung.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Kencana: Jakarta.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Kencana: Jakarta.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo: Jakarta. Andi Offset: Yogyakarta.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214-224.
- Ritonga, Y.E., (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal SIMBOLIKA*, 4(1), 32-41
- Sarjono, Wasis. (2017). *Komunikasi Penyuluhan Pembangunan*. Media Nusa Creative: Malang.
- Wardhanhi, S. S. (2011). Strategi Viral Marketing Im3 Indosat dalam Menarik Pelanggan Kawula Muda di Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 457-469.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Swaryputri, I. G. A. L. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SURAT KABAR HARIAN TRIBUN BALI DALAM MENJARING PEMBACA DAN PENGIKLAN. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 16(1), 50-60.
- Syahputra, Iswandi. 2019. *Media Relations: Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelijen*. Raja Grafindo: Jakarta.
- Syukria, H. (2020). *Strategi Komunikasi Factualnews. Co Dalam Menjaring Pengunjung Portal Berita Online* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

### **Lain-lain**

<https://readtimes.id/>

# LAMPIRAN



## PROFIL PENULIS

Nama : Dewi Purnamasakty  
NIM : E021191007  
Tempat, Tanggal Lahir : Sengkang, 22 Februari 2001  
Alamat : Jln. Budi Utomo A.17, Kota Sengkang, Kab. Wajo  
Orang Tua  
b. Ayah : Muhammad Jufri, BA  
c. Ibu : Dalimarta  
Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 332 Mattirotappareng
2. SMP Negeri 2 Sengkang
3. SMA Negeri 3 Wajo
4. Universitas Hasanuddin



## A. Pedoman wawancara penelitian

### Pertanyaan Pengantar

1. Apa yang melatarbelakangi Readtimes.id hadir sebagai media online?
2. Mengapa memilih nama Readtimes.id sebagai identitas media?
3. Berapa total tim redaksi yang dimiliki oleh Readtimes.id? (tanyakan seputar jobdesk masing2 tim)
4. Mengapa memilih instagram sebagai media sosial utama menyebarkan berita?

Rumusan Masalah 1: Bagaimana strategi yang diterapkan akun Instagram Readtimes.ID sebagai media baru dalam menarik minat para pembaca?			
No	Pertanyaan	Jawaban	Narasumber
1	Bagaimana peran Readtimes.id dalam mengawal sebuah informasi yang ramai diperbincangkan?		Pimpinan Redaksi
2	Berapa kali Readtimes.id menerbitkan berita? (tiap hari/tiap pekan)		Pimpinan Redaksi
3	Siapa yang menjadi sasaran Readtimes.id dalam membuat berita?		Pimpinan Redaksi
4	Bagaimana Readtimes.id menentukan topik berita yang akan diangkat? (apakah mengikuti tren informasi, atau bagaimana)		Pimpinan Redaksi, Editor, dan Reporter

5	Bagaimana Readtimes.id mengelola alur pembuatan beritanya, dari mencari informasi hingga menerbitkannya?		Reporter
6	Setelah berita diterbitkan, langkah apa saja yang dilakukan Readtimes.id dalam menyebarkan berita yang telah dibuat?		Pimpinan Redaksi
7	Berapa jumlah pembaca yang menjadi target sasaran Readtimes.id?		Pimpinan Redaksi
8	Untuk memenuhi target pembaca tersebut, apakah ada strategi yang dilakukan oleh Readtimes.id?		Pimpinan Redaksi, Editor, Reporter
9	Selain membuat berita, konten apa saja yang disajikan Readtimes.id dalam memberikan informasi kepada khalayak?		Editor, Reporter, Social Media Handling
10	Bagaimana pendapat anda tentang konten yang disajikan oleh Readtimes.id		Pembaca

Rumusan Masalah 2: Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung media online Readtimes.ID dalam menarik minat para pembaca?

No	Pertanyaan	Jawaban	Narasumber
1	Apakah konten-konten yang disajikan oleh Readtimes.id terbukti dapat menarik pembaca untuk membaca berita?		Social Media Handling dan Pembaca
2	Bagaimana evaluasi yang dilakukan ketika suatu berita tidak sesuai dengan target pembaca?		Pimpinan Redaksi
3	Kendala apa saja yang dialami oleh tim redaksi Readtimes.id saat memproduksi berita atau konten?		Editor, Reporter, dan Social Media Handling
4	Apa saran anda untuk Readtimes.id?		Pembaca

## B. Wawancara bersama informan 1



## C. Mengamati proses kerja tim redaksi secara langsung



**D. Mengikuti program yang diadakan tim redaksi Readtimes.ID**

