

## STRATEGI DISTRIBUSI BERITA LEMBAGA PERS MAHASISWA (LPM) SKETSA DI MEDIA ONLINE

Nur Maulida<sup>1</sup>, Erwin Resmawan<sup>2</sup>, Nurliah<sup>3</sup>

### **Abstrak**

*Distribusi merupakan salah satu proses penting dalam penerbitan sebuah berita baik dalam skala besar maupun skala kecil seperti Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA Universitas Mulawarman. Tanpa proses pendistribusian, berita yang dibuat tidak akan sampai kepada khalayak pembaca. Sebelum berita didistribusikan, diperlukan perencanaan matang yang disesuaikan dengan segala aspek yang terlibat, baik dari internal organisasi maupun eksternal organisasi. Begitu pula dalam pelaksanaan dan pengevaluasian dari strategi yang dijalankan.*

*Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui, memahami dan menganalisa bagaimana strategi distribusi berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA di media online. Fokus penelitian ini adalah perumusan strategi, penerapan strategi dan penilaian strategi distribusi berita di media online. Jenis penelitian ini bersifat kualitatif, dimana teknik analisis data menggunakan analisis data Model Interaktif.*

*Pada perumusan strategi, distribusi yang dilakukan melalui media online dipilih karena dapat menjangkau lebih banyak pembaca dan relatif lebih murah dibandingkan menggunakan media konvensional. Pada penerapannya, distribusi berita di media online tidak hanya menggunakan website Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA, namun juga memanfaatkan media sosial facebook, twitter dan Line@. Strategi distribusi berita yang dilakukan oleh LPM SKETSA di media online lebih efektif dari pada menggunakan media konvensional seperti majalah. Penilaian ini didasarkan atas jumlah viewer (pembaca) yang sudah mencapai angka ribuan, meskipun jumlah ini sifatnya fluktuatif. Selain itu, penggunaan media online terbukti lebih murah dan menjangkau lebih banyak pembaca dari pada menggunakan majalah terutama majalah dalam bentuk fisik.*

**Kata Kunci:** Strategi, Distribusi Berita, Media Online, Pers Mahasiswa, SKETSA.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email: nurmaulida791@gmail.com

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing 1, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Pemerintahan dan Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

<sup>3</sup> Dosen Pembimbing 2 dan staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

## PENDAHULUAN

### *Latar Belakang*

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, media massa saat ini juga mengalami perkembangan yang pesat. Institusi media massa berlomba-lomba melakukan berbagai inovasi untuk menarik perhatian khalayak. Tidak hanya dari sisi nilai berita, tampilan informasi yang disajikan pun semakin beragam. Begitu juga dengan metode penyebaran dan distribusinya.

Jika biasanya institusi media massa mendistribusikan berita melalui *platform* cetak dan elektronik seperti surat kabar, majalah, radio atau televisi, saat ini berita-berita tersebut sudah dapat diperoleh melalui media *online*. Institusi-institusi media massa mendistribusikan berita melalui *platform online* dengan menggunakan *website* (situs web). Situs web ini dapat diakses melalui jaringan internet dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan komputer, tablet atau telepon seluler.

UC Browser, penyedia layanan *mobile internet software* yang merupakan bagian dari Alibaba Mobile Business Group, merilis hasil survei tentang penggunaan internet di Indonesia pada Agustus 2016. Hasilnya, sekitar 95,4% pengguna internet di Tanah Air membaca dan mencari berita melalui telepon seluler (ponsel), kemudian diikuti melalui TV 45,9%, koran/majalah 20,9%, komputer (*personal computer/PC*) 15,3%, dan radio 6,7%. (Sumber: <http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/internet/16/08/04/obd250359-pengguna-internet-di-indonesia-banyak-akses-berita-lewat-ponsel>). Data tersebut menunjukkan pengguna internet *mobile* di Indonesia cenderung meninggalkan media konvensional sebagai sumber informasi, dan memanfaatkan Internet sebagai pilihan utama untuk mendapatkan informasi dan hiburan.

Aktualitas sebagai salah satu nilai berita menjadi pokok utama yang menjadi kelebihan dari *platform online*. Hal ini dikarenakan institusi media massa dapat menerbitkan berita kapan saja ketika sebuah peristiwa penting terjadi. Periodisasi yang biasanya muncul pada media konvensional seperti surat kabar yang hanya terbit harian, mingguan atau bulanan, sering kali dapat mengurangi nilai aktualitas dari sebuah berita. Selain aktualitas, media *online* juga memiliki sebaran yang sangat luas karena dapat diakses dari mana saja.

Saat ini penggunaan media *online* ini tidak hanya dilakukan oleh institusi-institusi media massa besar seperti stasiun televisi ataupun surat kabar nasional dan lokal, tapi juga institusi media massa dengan skala yang lebih kecil seperti Pers Mahasiswa.

Pers mahasiswa yang tidak berorientasi pada profit sering kali bergantung pada pendonor dalam pembiayaannya termasuk dalam pendistribusian berita. Oleh karena itu, beberapa pers mahasiswa, termasuk Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA memilih menggunakan media *online* sebagai sarana mendistribusikan berita kepada khalayak. Penggunaan media konvensional seperti majalah atau surat kabar oleh pers mahasiswa membutuhkan biaya yang lebih

besar dan waktu yang lebih lama jika dibandingkan dengan media *online* yang murah, mudah dan cepat.

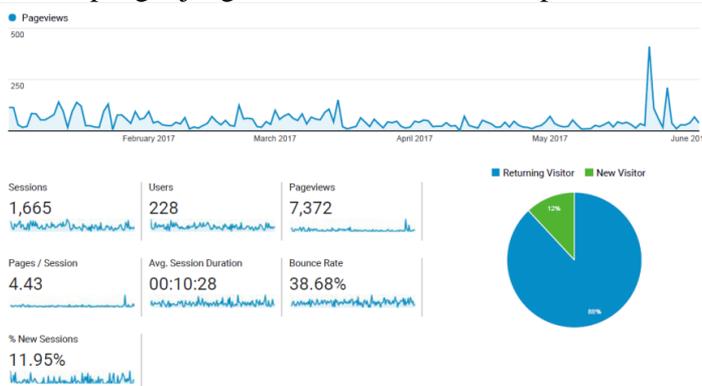
Kegiatan utama LPM Sketsa adalah menyajikan informasi seputar Universitas Mulawarman kepada seluruh civitas akademika. Tujuannya adalah untuk menjalankan fungsi LPM SKETSA sebagai media informasi, pendidikan, kontrol sosial dan hiburan. Selain itu, LPM SKETSA juga menjadi wadah bagi mahasiswa yang ingin menyuarakan aspirasinya, baik berupa saran maupun kritik untuk masyarakat kampus.

Berada di Universitas terbesar dan terlengkap di Kalimantan Timur dengan jumlah mahasiswa mencapai 37.000 orang (sumber: unmul.ac.id) mengharuskan LPM Sketsa untuk mendistribusikan berita secara merata ke seluruh kampus yang letaknya tersebar di beberapa wilayah di Kota Samarinda. Di awal terbentuknya hingga tahun 2013, LPM Sketsa mendistribusikan berita yang melalui majalah fisik bernama SKETSA yang dijual langsung kepada mahasiswa.

Berdasarkan perkembangan teknologi yang semakin maju, maka pada tahun 2013 LPM SKETSA membuat sebuah *website* berita yang dapat diakses melalui <http://sketsaunmul.co> (sumber: wawancara Ketua Umum LPM SKETSA Periode 2015-2016, R.R. Mira Budi Asih 11 November 2016). LPM SKETSA rata-rata *update* dua berita perhari dengan mayoritas berita berasal dari rubrik Berita Kampus. Selain *update* berita melalui *website*, LPM SKETSA juga menerbitkan majalah SKETSA secara online dalam bentuk PDF yang dapat diunduh di *website* LPM SKETSA yang terbit tiga kali dalam setahun.

Selama periode Januari 2017 hingga awal Juni 2017 *website* LPM SKETSA telah dikunjungi sebanyak 7.372 kali, dimana 88% diantaranya merupakan pengunjung tetap dan 12% pengunjung baru.

Gambar 1 Jumlah pengunjung *website* LPM SKETSA periode Januari-Juni 2017



Sumber: Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA Universitas Mulawarman

Dari grafik di atas, terlihat bahwa jumlah pengunjung *website* LPM SKETSA fluktuatif. Distribusi sebagai komponen marketing memiliki peran cukup besar dalam menentukan jumlah kunjungan *website* ini. Agar pendistribusian berita oleh LPM SKETSA dengan menggunakan *website* berjalan maksimal dibutuhkan strategi yang diformulasikan dengan baik dan dijalankan

secara efektif. Berdasarkan hal itulah maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh bagaimana strategi distribusi berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA di media *online*.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi distribusi berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA di media *online*?”

### ***Tujuan Penelitian***

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, memahami dan menganalisa strategi distribusi berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA di media *online*.

### ***Manfaat Penelitian***

1. Secara teoritis, melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya perbendaharaan kepustakaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bagi program studi ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan kajian media *online* dan jurnalistik.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang strategi distribusi berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA di media *online*.

### ***Kerangka Dasar Teori***

#### ***Teori Konvergensi Media***

Konvergensi media adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan. Istilah konvergensi juga banyak digunakan sejak tahun 1990-an. Kata ini umum digunakan dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, gambar, video dan suara (Briggs and Burke dalam Irfan, 2014 : 34)

#### ***New Media***

Menurut Jan Van Dijk dalam bukunya *The Network Society*, “*new media are media which are both integrated and interactive and also use digital code at the turn of the 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> centuries*” (media baru adalah media yang terintegrasi dan interaktif dan juga menggunakan kode digital pada pergantian abad ke-20 dan 21). Dengan kata lain media baru adalah media yang memiliki tiga karakteristik utama, yaitu integrasi, interaktif dan digital (Irfan, 2014: 9).

### **Marketing 3.0**

Marketing 3.0 mengangkat konsep marketing ke dalam arena aspirasi, nilai-nilai dan *human spirit*. Marketing 3.0 meyakini bahwa konsumen adalah manusia yang lengkap, karena itu kebutuhan dan harapannya tidak boleh diabaikan. Karena itu Marketing 3.0 melengkapi *emotional marketing* dengan *human spirit marketing*. (Kotler, Kertajaya dan Setiawan, 2010: 4)

### **Marketing 4.**

Marketing 4.0 merupakan perkembangan dari marketing 3.0. Marketing 4.0 memanfaatkan konektivitas mesin-ke-mesin (*machine-to-machine*) dan kecerdasan buatan untuk meningkatkan produktivitas pemasaran sembari memanfaatkan konektivitas manusia-ke-manusia (*human-to-human*) untuk memperkuat keterlibatan pelanggan (Kotler, dkk, 2017: 36).

### **New Wave Marketing**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama dalam era Internet Web 2.0 dan berbagai kemajuan teknologi *gadget* yang ada telah mengubah praktek pemasaran dari yang bersifat *top to down* dan vertikal menjadi sejajar dan horizontal. Dari berbagai perubahan tersebut maka praktek pemasaran pada era ini oleh Hermawan Kertajaya disebut dengan *New Wave Marketing*. (Abdillah, 2015: 19)

### **Strategi Distribusi Berita**

#### **1. Strategi**

Menurut Glueck dan Jauch dalam Sedarmayanti (2014: 2) strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Terdapat 3 tahap dalam manajemen strategi, yaitu:

- a. Perumusan Strategi
- b. Penerapan Strategi
- c. Penilaian Strategi

#### **2. Distribusi**

Menurut Tjiptono (2008: 185) pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan apa yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan).

##### **a. Distribusi Berita**

Menurut Ruben dan Steward (2013: 401) distribusi berkaitan dengan perpindahan produk-produk komunikasi massa dari satu titik produksi ke titik konsumsi. Perpindahan ini dapat terjadi dengan cepat, sebagaimana pada siaran langsung televisi, atau dapat pula melibatkan waktu

penundaan yang besar seperti yang terjadi pada majalah, buku, film, atau pita rekaman.

### 3. *Strategi Distribusi*

Strategi Distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang dipergunakan oleh produsen untuk memasarkan barang dan jasanya, sehingga produk tersebut dapat sampai di tangan konsumen sasaran dalam jumlah dan jenis yang dibutuhkan, pada waktu diperlukan dan tempat yang tepat (Tjiptono, 2008: 205).

#### ***Lembaga Pers Mahasiswa***

Pada Lokakarya Pola Pendidikan dan Pengembangan Pers Mahasiswa yang diselenggarakan di Malang pada awal tahun 1977 memberikan batasan, yang disebut pers mahasiswa adalah pers yang dikelola oleh mahasiswa dan mengembangkan idealisme kemahasiswaan (Junaedi dalam Kustaji, 2006: 21).

#### ***Media Online***

Ashadi Siregar (Kurniawan dalam Diba, 2014: 31) mengatakan bahwa media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, *website* (situs web), *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, *mail-online*, dan lain-lain, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan *user* memanfaatkannya.

#### ***Media Sosial***

Menurut Rully Nasrullah (2015: 11) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

## **METODE PENELITIAN**

### ***Jenis Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Kriyantono (2006: 69) menjelaskan bahwa jenis riset ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

### ***Fokus Penelitian***

Fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perumusan strategi distribusi berita di media *online*
2. Pelaksanaan strategi distribusi berita di media *online*
3. Penilaian strategi distribusi berita di media *online*

### ***Jenis dan Sumber Data***

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari narasumber atau informan dengan cara melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung dan dipandu pedoman wawancara sesuai dengan fokus penelitian yang ditetapkan oleh peneliti.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui beberapa informasi, antara lain:
  - a. Dokumen-dokumen, laporan-laporan dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian.
  - b. Buku-buku dan jurnal-jurnal yang relevan dengan penelitian.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *sampling purposive*, yaitu menentukan informan dengan pertimbangan tertentu, sehingga informan yang dianggap benar-benar memahami dan mengerti untuk memberikan informasi terkait penelitian (Sugiyono, 2013:219)

### ***Teknik Pengumpulan Data***

1. *Field Work Research* yaitu penelitian langsung ke lapangan dengan jalan:
  - a. Observasi
  - b. Wawancara
  - c. Dokumentasi

### ***Teknik Analisis Data***

Peneliti menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman untuk menganalisis data hasil penelitian. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun model interaktif yang dimaksud sebagai berikut:

1. Pengumpulan data
2. Reduksi data
3. Penyajian data
4. Kesimpulan, penarikan atau verifikasi

## **HASIL PENELITIAN**

### ***Perumusan Strategi Distribusi Berita di Media Online***

Perumusan strategi mencakup pengembangan visi, misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi alternatif, dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

Visi LPM SKETSAs adalah membangun dinamisasi opini kampus yang ilmiah melalui media. LPM SKETSAs memiliki tiga misi yakni, menanamkan idealitas moral dan wadah pembelajaran bagi mahasiswa Universitas Mulawarman melalui media, sebagai pembaharu bagi intelektualitas dan pergerakan mahasiswa, memperkenalkan dunia jurnalistik profesional kepada mahasiswa dan katalisator penyikapan masalah kampus.

Tabel 1 Analisis kekuatan dan kelemahan internal dalam perumusan strategi distribusi berita

No	Internal	Kekuatan	Kelemahan	Keterangan
1	Struktur organisasi	√		Terdapat SOP yang dapat dijadikan acuan dalam menjalankan tugas dan fungsi pada pendistribusian berita
2	Sistem organisasi	√		Terdapat pembagian tugas yang jelas
3	Sumber daya Organisasi			
	a. Sumber daya fisik	√		Masing-masing redaktur <i>online</i> memiliki perangkat yang digunakan untuk mendistribusikan berita
	b. Sumber daya manusia		√	Seluruh anggota LPM SKETSA berstatus sebagai mahasiswa sehingga lebih mengutamakan kegiatan perkuliahan dibandingkan kegiatan di LPM SKETSA
4	Anggaran	√		Pendanaan berasal dari rektorat, yang meskipun dengan jumlah yang terbatas, LPM SKETSA masih dapat mensiasati dengan membuat kesepakatan khusus dalam pembayaran pembuatan dan pemeliharaan website.

Sumber: Wawancara Key Informan (Ketua Umum LPM SKETSA) dan Informan (Redaktur *Online*)

Tabel 2 Analisis peluang dan ancaman eksternal dalam perumusan strategi distribusi berita

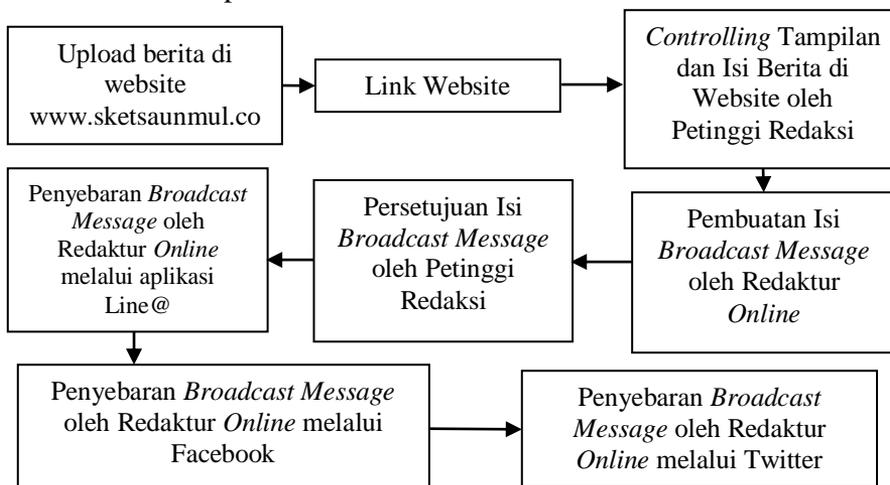
No.	Eksternal	Peluang	Ancaman	Keterangan
1.	Lingkungan Kerja			
	a. Rektorat		√	Pencairan dana rumit dan membutuhkan waktu yang lama
	b. Komunitas	√		Penyebaran berita melalui komunitas dapat membantu memperluas dan mempercepat proses distribusi berita

No.	Eksternal	Peluang	Ancaman	Keterangan
	c. Pembaca		√	Berita yang diterbitkan tidak selalu sesuai dengan minat dari civitas akademika sebagai sasaran pembaca
2.	Lingkungan Sosial			
	a. teknologi	√		Kemajuan teknologi komunikasi dan merebaknya <i>smartphone</i> mempermudah proses pendistribusian berita yang dilakukan di media <i>online</i>
	b. ekonomi	√		Perekonomian mahasiswa yang menjadi sasaran pembaca bersifat fluktuatif, sehingga pendistribusian melalui media <i>online</i> lebih efektif mengingat hal ini lebih terjangkau bagi mahasiswa dibandingkan dengan pendistribusian melalui majalah fisik
	c. sosial	√		Perkembangan teknologi membuat perubahan dalam gaya hidup yang semakin akrab dengan teknologi internet termasuk media <i>online</i> dan media sosial
	d. demografi	√		Wilayah kampus yang tersebar di beberapa lokasi berbeda menjadikan pendistribusian melalui media <i>online</i> lebih efektif karena dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

Sumber: Wawancara Key Informan (Ketua Umum LPM SKETSA) dan Informan (Redaktur *Online*)

### ***Penerapan Strategi Distribusi Berita di Media Online***

Gambar 2 Penerapan Distribusi Berita LPM SKETSA di Media Online



Sumber : Wawancara Nur Elisha (16 Agustus 2017) dan Fadiah Adlina (4 September 2017)

Gambar di atas merupakan gambaran proses pendistribusian berita di media *online* yang dilakukan oleh LPM SKETSA melalui media *sosial*. Pelaksana proses ini adalah Redaktur *Online* yang berjumlah dua orang. Kedua Redaktur *Online* membagi tugas secara bergantian. Keduanya tidak hanya bertugas mendistribusikan berita, tetapi juga memeriksa hasil akhir dan menanggapi *feedback* yang diberikan oleh khalayak.

Fungsi mengumpulkan informasi pelanggan dan menyebarkan fungsi komunikasi persuasif yang terdapat pada saluran distribusi belum dijalankan dengan baik oleh LPM SKETSA. Media *online* dengan sifat interaktifitasnya memungkinkan terjadinya interaksi antara pembaca dan LPM SKETSA. Selain itu, pembaca juga dapat terlibat pada proses pendistribusian berita di media sosial dan media *online*. Karakteristik penyebaran (*sharing*) dimana media sosial tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya memungkinkan pembaca untuk terlibat dalam proses distribusi.

### ***Penilaian Strategi Distribusi Berita di Media Online***

Penilaian strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategi. Penilaian atau evaluasi merupakan cara utama untuk memperoleh informasi apakah strategi berjalan dengan baik. Tiga aktivitas penilaian strategi yang mendasar adalah peninjauan ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini, pengukuran kinerja dan pengambilan langkah korektif.

Waktu pendistribusian berita secara hari dilakukan sesuai dengan jadwal, namun terjadi keterlambatan pada waktu pendistribusian, sehingga berita sering kali didistribusikan pada malam hari. Terdapat beberapa hambatan yang dihadapi

oleh Redaktur *Online* dalam mendistribusikan berita di media *online*. Hambatan utama adalah paket data. Paket data digunakan untuk mengakses internet. Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA sebagai organisasi *non-profit* belum mampu memberikan fasilitas paket data kepada Redaktur *Online*. Oleh karena itu pembelian paket data untuk mengakses internet menggunakan biaya pribadi dari masing-masing Redaktur *Online*. Hambatan lain jaringan internet yang kurang stabil, komunikasi antar anggota LPM SKETSA karena dilakukan melalui telepon genggam sehingga seringkali respon yang diberikan lambat.

Pada proses pendistribusian berita, setiap anggota diberi hak untuk memberikan evaluasi. Evaluasi yang diberikan beragam, seperti evaluasi terhadap kesalahan dalam pengetikan berita atau salah memilih rubrik. Komentar yang diberikan juga dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi Redaktur *Online* dan seluruh anggota Lembaga Pers Mahasiswa.

Terlepas dari semua hambatan dan kendala yang ada, proses pendistribusian berita yang selama ini dilakukan di media *online* dianggap sudah dapat menjangkau pembaca. Berdasarkan hasil wawancara, *key informan* menyatakan bahwa hal tersebut terlihat dari jumlah pembaca pada *website* dan komentar-komentar yang muncul di media sosial terutama pada topik-topik yang tengah ramai dibicarakan atau topik-topik yang memiliki kaitan erat dengan mahasiswa.

Baik *key informan* maupun *informan* menyatakan bahwa strategi distribusi yang dilakukan di media *online* sudah cukup efektif mengingat penggunaan media sosial merupakan cara terbaik untuk mendekati pembaca dengan akses terhadap berita yang dibuat. Jumlah pembaca berita-berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA di media *online* sudah jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pendistribusian berita dengan cara konvensional menggunakan media cetak.

Jika dibandingkan antara distribusi berita melalui media *online* berupa *website*, majalah dalam bentuk pdf dan majalah dalam bentuk fisik, distribusi yang paling efektif adalah melalui *website*. Distribusi melalui *website* dinilai lebih efektif karena berita yang dimuat lebih aktual, sedangkan pada majalah fisik dan format pdf, topik yang dibahas disesuaikan dengan tema yang telah disepakati sebelumnya. Hal ini berakibat pada nilai aktualitas yang berkurang karena pada saat diterbitkan topik yang dibahas tidak begitu aktual lagi.

Jika majalah dalam format pdf dan majalah dalam bentuk fisik dibandingkan, maka majalah dalam bentuk pdf lebih efektif mengingat dapat diperoleh dengan gratis. Selain itu, jika dilihat dari jumlah maka jumlah unduhan majalah dalam bentuk pdf dapat mencapai angka ribuan, sedangkan berdasarkan data divisi BIP penjualan majalah fisik Edisi 30 hanya mencapai 44 eksemplar dari 51 eksemplar majalah yang dicetak (Sumber: Divisi BIP, 2017). Berikut tabel data jumlah unduhan majalah pada *website* Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA.

Tabel 4.3 Data Jumlah Unduhan Majalah dalam Format PDF

Edisi	Bulan/Tahun	Judul	Jumlah Unduhan
27	Mei 2016	Kilas Balik Unmul 1998	4.777
28	Januari 2017	Menyingkap Tabir Dosen Proyek	2.161
29	Maret 2017	Balada Kuliah Kerja Nyata	6.993
31	November 2017	Sorot Pemira, Habis <i>Online</i> Terbit E-Voting	1.737
32	Januari 2018	Dalam Cengkraman Barang Haram	4.142

Sumber sketsaunmul.co tanggal 15 Februari 2018

Strategi distribusi yang saat ini sudah lebih meningkat dibandingkan sebelumnya dalam segi reguleritas. Berita saat ini didistribusikan dengan jadwal yang lebih teratur dan pengurus Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA berkomitmen untuk menerbitkan minimal satu berita setiap harinya. Penggunaan media sosial Line@ juga dinilai meningkatkan efektifitas pendistribusian berita. Hal ini dikarenakan Line@ memiliki kelebihan yakni dapat langsung mengakses berita tanpa harus mengunjungi laman *website*.

Dari perumusan, penerapan hingga penilaian strategi distribusi berita di media *online*, Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA berharap dapat mendirikan tim kampanye (*buzzer*) berita yang tugasnya menyebarkan dan mengkampanyekan berita-berita yang dibuat melalui media sosial agar tersebar lebih luas. Selain itu proses komunikasi, kerja sama dan tanggung jawab antaranggota dapat lebih baik lagi. Fasilitas pada website diharapkan dapat lebih mempermudah kerja Redaktur *Online*.

## Penutup

### Kesimpulan

1. Perumusan strategi distribusi berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA disesuaikan dengan visi, misi dan tujuan jangka panjang organisasi yakni untuk melengkapi demokrasi kampus dengan menjadi pilar keempat demokrasi. Selain itu, perumusan strategi juga disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal organisasi. Kekuatan dan kelemahan internal terdiri dari sumber daya, baik sumber daya fisik, sumber daya manusia dan sumber daya organisasi, serta anggaran/sumber pembiayaan. Peluang dan ancaman eksternal terdiri dari lingkungan kerja dan lingkungan sosial. Lingkungan kerja yang meliputi rektorat, komunitas dan pembaca, sedangkan lingkungan sosial terdiri dari teknologi, ekonomi, sosial dan demografi.
2. Pelaksanaan distribusi berita diawali dengan mengupload berita yang telah siap diterbitkan melalui website sketsaunmul.co, kemudian menyebar luaskan berita dengan menggunakan link yang didapat dari website melalui broadcast message pada aplikasi Line@ yang sebelumnya telah ditinjau

ulang tampilan berita dan isi pesan broadcast tersebut oleh petinggi redaksi. Setelah penyebaran berita melalui Line@, berita juga disebarluaskan melalui facebook dan twitter.

3. Penilaian strategi distribusi berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA meliputi peninjauan ulang faktor eksternal dan internal, pengukuran kinerja dan pengambilan langkah korektif. Kinerja redaktur online dalam pendistribusian berita seringkali terlambat dari jadwal yang ditetapkan akibat berita yang terlambat ditulis oleh reporter karena padatnya kegiatan para anggota. Hal lain yang menghambat kinerja redaktur online adalah jaringan internet yang tidak stabil dan kendala komunikasi antar anggota. Selain itu, tidak adanya penganggaran biaya untuk pembelian kuota dikarenakan dana yang terbatas membuat proses pendistribusian sering kali terhambat. Penggunaan media online dan media sosial sebagai sarana pendistribusian berita dapat menjangkau lebih banyak pembaca. Selain itu dengan adanya fasilitas share baik pada media online maupun media sosial dapat menjadi sarana bagi pembaca yang ingin terlibat dalam penyebaran berita. Kekurangan sumber daya yang mendukung seperti komputer atau laptop yang digunakan untuk mendistribusikan berita disiasati oleh redaktur online dengan menggunakan fasilitas pribadi.

### **Saran**

1. Keterbatasan anggaran yang dialokasikan untuk kegiatan pendistribusian berita, khususnya untuk pembelian paket kuota internet dapat menjadi hambatan dalam penerapan strategi pendistribusian berita. Oleh karena itu hendaknya Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA dapat memberikan subsidi dari dana yang diperoleh Divisi Biro Iklan dan Pemasaran dari usaha mandiri yang dilakukan untuk meringankan beban biaya pembelian paket kuota internet yang biasanya dibeli oleh Redaktur *Online* dengan dana pribadi.
2. Pelunasan biaya pemeliharaan dan perpanjangan masa berlaku website dilakukan dengan sistem cicilan karena pencairan dana yang tidak menentu, oleh karena itu hendaknya rektorat dapat mempermudah proses pencairan dana dan waktu pencairan yang lebih terjadwal.
3. Sebagai usaha memaksimalkan proses distribusi, maka perlu dilakukan proses kontrol terhadap penyebaran berita, baik dari segi jumlah pembaca maupun siapa saja yang menjadi pembaca potensial dari berita-berita yang didistribusikan oleh Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA. Oleh karena itu hendaknya proses kontroling terhadap berita yang telah didistribusikan melalui media *online* dapat dilaksanakan dengan baik sehingga proses evaluasi dapat dilakukan dengan lebih teratur agar berita dapat didistribusikan dengan lebih maksimal serta

- dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan strategi pendistribusian berita.
4. Fokus utama Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA lebih besar pada konsistensi dalam menghasilkan produk yang berkualitas dibandingkan dengan pendistribusian berita, sedangkan pendistribusian berita sendiri merupakan salah satu bagian dari marketing yang memiliki peran besar. Oleh karena itu hendaknya Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA memberikan perhatian yang lebih besar terhadap proses pendistribusian berita, serta memaksimalkan fungsi-fungsi media yang digunakan baik media online maupun media sosial seperti memaksimalkan komunikasi persuasif pada media-media tersebut sebagai saluran distribusi sehingga dapat menjangkau lebih banyak pembaca.
  5. Proses diskusi yang dilakukan terlebih dahulu sebelum pemberian respon terhadap komentar dapat menunda waktu pemberian respon. Oleh karena itu hendaknya para petinggi redaksi dan ketua umum Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA juga terhubung dengan akun resmi media sosial yang digunakan sehingga semua jawaban atas komentar dapat dilakukan dengan cepat serta melalui akun resmi dan bukan dilakukan dengan menggunakan akun pribadi anggota Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) SKETSA.

## **Daftar Pustaka**

### **Buku**

- Kotler, Philip, dkk. 2010. *Marketing 3.0 Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, dkk. 2010. *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ruben, Brent D dan Lea P. Steward, 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Alih Bahasa Ibnu Hamad. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi

**Sumber Lain:**

**Skripsi**

- Abdillah, Bacharuddin. 2015. *Penerapan New Wave Marketing pada Perbankan Syariah dalam Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) Studi BRI Syariah Cabang Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. [http://ethesis.uin-malang.ac.id/1515/5/11510055\\_Bab\\_1.pdf](http://ethesis.uin-malang.ac.id/1515/5/11510055_Bab_1.pdf) (diakses 3 Agustus 2017)
- Diba, Farah. 2014. *Analisis Framing pada Pemberitaan Politik Partai Hanura di Media Online Sindonews*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Samarinda
- Irfan, Muhammad. 2014. *Efektifitas Penggunaan Media Sosial Twitter sebagai Media Komunikasi Pemasaran STRIKE! COURIER di Samarinda*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Samarinda
- Kustaji. 2006. *Pers Mahasiswa sebagai Media dalam Pengembangan Wacana Kependidikan Islam*. Fakultas Ilmu Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Walisongo. Semarang  
[http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/24/jtptiain-gdl-s1-2006-kustajinim-1193-bab2\\_310-2.pdf](http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/24/jtptiain-gdl-s1-2006-kustajinim-1193-bab2_310-2.pdf) (Diakses 14 Juli 2017)

**Internet**

- Pengguna Internet di Indoensia Banyak Akses Berita Lewat Ponsel, Edisi Kamis, 4 Agustus 2016  
<http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/internet/16/08/04/obd250359-pengguna-internet-di-indonesia-banyak-akses-berita-lewat-ponsel> (Diakses pada 14 september 2016)