

---

**STRATEGI PEMBERITAAN MEDIA ONLINE TRIBUN AMBON  
DALAM MENARIK *VIEWERS* MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

**Wa Dian**

Institut Agama Islam Negeri Ambon, Indonesia  
dianwa535@gmail.com

**Hakis**

Institut Agama Islam Negeri Ambon, Indonesia  
hakisusman@iainambon.ac.id

**Iftiya Salwa Tuanany**

Institut Agama Islam Negeri Ambon, Indonesia  
thiya.tuanany@gmail.com

---

**Article Info**

**Article history:**

Received: 14<sup>th</sup> April 2024

Accepted: 25<sup>th</sup> May 2024

Published: 1<sup>st</sup> July 2024

Page: 123-142

---

**Keyword:**

*Strategi Pemberitaan,  
Media Online, Viewers*

---

**Corresponding Author**

Wa Dian

---

**Abstract**

*This study aimed to determine the dissemination strategy of Tribun Ambon news media to attract viewers and increase the number of viewers through YouTube and its graphic data as well. This research used a qualitative descriptive method with a phenomenological approach. Data collection instruments employed in this study were observation, interviews, and documentation. The results of the study showed that Tribun Ambon news media implemented various strategies to attract viewers through online media, namely, (1) viral news content, (2) breaking news, and (3) the use of keywords or tags on Tribun Ambon's YouTube account. Through this strategy, there has been a continuous increase in the number of viewers of Tribun Ambon online media every month for the last three years (2022-2024). Tribun Ambon viewers increased by 8,390 visitors in January 2022 and 2024 have reached 344,000 visitors. Based on this data, viewers' interest in the videos presented by Tribun Ambon has experienced greater development.*

*Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi disemisasi media berita Tribun Ambon dalam upaya menarik viewers dan peningkatan jumlah viewers melalui YouTube dan juga data grafiknya. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media berita Tribun Ambon menerapkan berbagai strategi untuk menarik penonton melalui media online. Strategi yang diterapkan antara lain: (1) konten berita viral, (2) berita breaking news, dan (3) penggunaan kata kunci atau tag pada akun youtube Tribun Ambon. Dengan strategi ini, terjadi peningkatan terus-menerus jumlah penonton media online Tribun Ambon setiap bulannya selama kurun tiga tahun (2022-2024). Peningkatan viewers Tribun Ambon pada bulan Januari 2022 sebanyak 8.390 pengunjung dan pada tahun 2024 mencapai 344.000 pengunjung. Berdasarkan data tersebut, minat viewers terhadap video yang disajikan Tribun Ambon mengalami perkembangan yang lebih banyak.*

---

**Copyright** © 2024 The authors. JMEC is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

## Pendahuluan

Seiring dengan berjalannya waktu, teknologi dan komunikasi saat ini mengalami kemajuan yang sangat cepat. Perubahan teknologi dari waktu ke waktu telah mempermudah keseharian khalayak. Hal ini memberikan peluang besar terjadinya praktik komunikasi yang lebih efektif dibandingkan masa lalu khususnya media elektronik seperti komputer, internet, dan media interaktif lainnya yang dapat membantu khalayak untuk mengetahui dunia ini lebih dekat.

Kemajuan teknologi di dunia sangat berpengaruh juga terhadap perkembangan informasi dan komunikasi. Di Indonesia sendiri aliran informasi dan komunikasi dapat berpindah sangat cepat tanpa hambatan ruang dan waktu. Terdapat berbagai opsi media yang dapat digunakan sebagai pengiriman pesan. Terkait dengan hal tersebut, media massa sangat berperan penting sebagai kendaraan atau sarana pesan yang dapat menghantarkan informasi kepada *audience*.<sup>1</sup> Pesan yang dikomunikasikan tentu dapat mempengaruhi atau menciptakan efek.

Media adalah sebuah perangkat yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dari pengirim pesan kepada audiens, sedangkan media massa merupakan perangkat yang digunakan untuk mengirim pesan dari sumber kepada khalayak menggunakan berbagai alat komunikasi seperti koran, radio, film, dan televisi. Media massa dapat didefinisikan sebagai sarana untuk melakukan komunikasi dan memberikan informasi yang mempublikasikan sebuah informasi dan berita kepada khalayak secara luas, kalau di lihat dari segi makna. Media massa juga berarti sebuah perangkat untuk menyebarkan konten berita, komentar, opini, hiburan, dan lain sebagainya.<sup>2</sup>

Peranan media massa memiliki dampak yang signifikan penyampaian informasi dan kebijakan pemerintah. Media massa berfungsi sebagai alat penyampaian komunikasi dan informasi yang menyebarkan berita secara luas dan dapat di akses oleh masyarakat. Kehadiran media tentu tidak jauh dengan adanya kehadiran internet yang dimana saat ini internet sangat dibutuhkan oleh setiap individu di Indonesia maupun di luar negeri. Internet saat ini menjadi suatu kebutuhan penting bagi masyarakat, yang memungkinkan mereka untuk terhubung dengan jaringan dan sehingga dapat mengakses berbagai informasi serta fasilitas komunikasi yang dibutuhkan khalayak.

Menurut hasil penelitian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) penggunaan internet di Indonesia pada Januari sampai Desember 2023 mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta.<sup>3</sup> Internet (jaringan terhubung) adalah

---

<sup>1</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Persepsi dan Aplikasi)*, (Jakarta: Grafindo, 2002), 98

<sup>2</sup> Dedi Kusuma Habibie, "Dwi Fungsi Media Massa," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (December 2018): 79.

<sup>3</sup> APIJII, "Survei APIJII," Januari-Desember 2023, di akses pada 12 Januari 2024 dari <https://survey.apjii.or.id>

sekelompok jaringan yang saling terhubung, yang membentuk suatu sistem global untuk pertukaran informasi. Dengan adanya internet, komputer yang sebelumnya berfungsi sebagai perangkat mandiri kini dapat terhubung secara langsung dengan komputer atau perangkat lainnya.

Kemajuan teknologi ini juga membawa perubahan besar terhadap industri media, pers dan jurnalisme.<sup>4</sup> Sehingga membuat ruang media cetak semakin kecil, karena tergeser oleh media yang berbasis perangkat digital elektronik atau media *online* yang sudah melakukan konvergensi media (perubahan dari media cetak ke *online*) sebagai bentuk cara bertahan di era digitalisasi. Meskipun demikian, pengelolaan media baru ini serupa dengan media-media lainnya. Semua ini berdasarkan akan prinsip-prinsip norma jurnalistik dan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang tentang pers, yaitu No. 40 tahun 1999 serta kode etik jurnalistik. Perbedaannya terletak pada proses kecepatan penyampaian pesan atau informasi kepada khalayak, kemampuan untuk mengakses, serta interaksi langsung antara penyaji informasi dan pembaca. Apabila membahas terkait media online, selain membawa dampak yang positif media online juga dapat menimbulkan adanya dampak negatif yang cukup besar, misalnya potensi merugikan informasi secara pribadi, plagiat, kejahatan daring, dan penyebaran *hoax* (informasi palsu) yang kini semakin meluas.<sup>5</sup>

Hadirnya media sosial dikalangan masyarakat sangat berkembang pesat, terutama di kalangan pengguna *smartphone*, dengan adanya *smartphone* sehingga banyak orang menggunakan media sosial sebagai alat atau sarana agar memperoleh informasi dengan mudah. Media online juga memberikan informasi kepada publik dengan lebih cepat dari pada media massa lainnya, sehingga masyarakat menjadi antusias untuk berahli dan menggunakan media tersebut.

Penggunaan media sosial banyak di sukai dari berbagai kalangan usia, sehingga *platform* tersebut menyajikan beragam konten seperti informasi, motivasi, dan jenis konten lainnya yang dapat di temui masyarakat. *Youtube* merupakan salah satu bentuk media sosial berupa video yang akhir-akhir ini sedang naik daun. Berdasarkan dari *statistic* dalam situsnya sendiri, *Youtube* memiliki lebih dari 1 milyar pengguna.<sup>6</sup> Pada tahun 2017 terdapat lebih dari 65.000 video telah diunggah setiap hari ke *youtube*.<sup>7</sup> Hal ini karena dengan membuat akun atau *channel* di *Youtube* dan banyak memperoleh *viewers* akan dapat menghasilkan uang. *Youtube* ini merupakan salah situs yang dapat digunakan untuk *sharing* video, selain itu video tersebut dapat di *download*. Berbagai macam video dapat diakses

<sup>4</sup> Noviwawan Rasyid Ohorella, "Strategi Media Online Lensatimur dalam Mengangkat Kearifan Lokal (Studi Kasus Pariwisata Indonesia Timur)," *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (Mei 2019): 88.

<sup>5</sup> Sesra Budio, "Strategi Manajemen Sekolah," *Jurnal Menata: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2019): 59.

<sup>6</sup> Juitania dan I Gede Adi Indrawan, "Dampak Penggunaan Konten Youtube Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Universitas Pamulang," *SAP: Susunan Artikel Pendidikan* 5, no. 1 (Agustus 2020): 36.

<sup>7</sup> Helena Anggidesialamia, "Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi Youtube," *COMM-EDU: Community Education Journal* 3, no. 2 (Mei 2020): 77.

dalam youtube mulai dari musik, film, berita dan informasi olahraga, gaya hidup, *gaming*, *vlog*, dan lain-lain.<sup>8</sup>

*Youtube* merupakan situs web berbagi video yang dibuat oleh 3 mantan karyawan PayPal pada bulan Februari 2005 yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Pada bulan November 2006, *youtube* dibeli oleh *Google* dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan *Google*.<sup>9</sup> Fungsionalitas *youtube* kini semakin berkembang dan tidak hanya sekedar *platform* untuk membagikan momen, melainkan dimanfaatkan oleh berbagai media-media pers yang ada di Indonesia sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada publik melalui berbagai jenis konten dengan karakteristik yang unik. Beberapa diantara media pers tersebut yang saat ini menggunakan *youtube* sebagai sarana publikasi berita dalam Kota Ambon adalah Kompas Tv Ambon, Rakyat Maluku, Maluku News TV, Ambon Ekspres dan masih banyak media lainnya.

Akun media pers @Tribun Ambon di *Youtube* telah aktif sejak 22 Juli 2021 dan saat ini telah mengumpulkan 344 ribu pengikut, dengan 18 ribu video dan mendapatkan ribuan penonton setiap postingannya. @TribunAmbon juga sudah diverifikasi oleh aplikasi *Youtube* dan menjadi salah satu media pers dengan jumlah pengikut terbanyak di Kota Ambon. Seperti Kompastvambon, saat ini memiliki 13,3 ribu pengikut, rakyat Maluku 1.95 ribu pengikut, Maluku News Tv 3,27 ribu pengikut, dan Ambon Ekspres 2,13 ribu pengikut. Dalam konteks ini Tribun Ambon sebagai media *online* memiliki peran strategis dalam menyajikan informasi, dan menarik *viewers* menjadi hal yang krusial untuk mempertahankan keberlangsungan dan pengaruhnya.

Dalam melakukan penyebaran berita melalui platform *youtube*, Tribun Ambon tidak hanya membagikan informasi dari portal berita yang mereka miliki, tetapi juga menyajikan berbagai berita *up to date* di platform media sosial seperti *Facebook*, *Tik tok*, *instagram*, dan sebagainya. Selain itu, akun *youtube* Tribun Ambon tidak hanya menyajikan berita dalam bentuk teks, melainkan dalam format video yang telah dilengkapi dengan *voice over* dan teks narasi. Selain itu, setiap konten berita dilengkapi dengan tautan yang mengarah ke portal berita mereka, [www.tribunambon.com](http://www.tribunambon.com) sehingga pengguna bisa mendapatkan informasi lebih lanjut dengan mudah. Pada akun *Facebook* tribun ambon memiliki pengikut sebanyak 166 ribu pengikut, *Tik Tok* 43.3K, sedangkan pada akun *instagram* Tribun Ambon sebanyak 36,4 pengikut. Jika dilihat dari jumlah *viewers* yang di dapatkan dari setiap media sosial Tribun Ambon, terdapat perbedaan jumlah *viewers* yang dimiliki Tribun Ambon. disini penulis lebih memilih keakun media sosial *youtube* Tribun Ambon dengan alasan, akun media sosial *youtube* Tribun Ambon merupakan salah satu media yang sering ditonton oleh banyak

<sup>8</sup> Tri Weda Raharjo, *Respon Terhadap Merk Karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan di Youtube*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020), 49.

<sup>9</sup> Laksamana, *Media, Youtube dan Google Video*, (Yogyakarta: MediaKom, 2009), 83.

masyarakat di Kota Ambon sehingga jumlah *viewers youtube* Tribun Ambon banyak pengikutnya.

## Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strataegos*, yang berarti jenderal, secara harfiah berarti “seni dan jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran organisasi akan tercapai.<sup>10</sup>

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.<sup>11</sup>

Strategi juga memiliki makna sebuah pola sasaran, maksud atau kebijakan secara rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi itu. Sehingga strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan sadar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran dalam organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut.<sup>12</sup> Dengan demikian strategi merupakan suatu perencanaan yang dilakukan oleh setiap organisasi maupun perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Jenis strategi terbagi dalam beberapa bentuk yaitu: *Pertama*, Strategi Penetrasi Pasar. Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lambat. *Kedua*, Strategi Pengembangan Produk. Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dan strategi ini. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

<sup>10</sup> Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari teori praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 153.

<sup>11</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2000), 17.

<sup>12</sup> Siagian P. Sondang, *Managemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 20.

*Ketiga*, Strategi Pengembangan Pasar. Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu untuk membawa produk ke arah baru dengan membuka atau mendirikan atau anak-anak cabang yang di anggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat. *Keempat*, Strategi integrasi. Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diverifikasi horizontal, yaitu penggabungan perusahaan-perusahaan. *Kelima*, Strategi Diverifikasi. Strategi diverifikasi baik konsentrasi maupun diverifikasi konglomerat. Diverifikasi yang di maksud disini adalah perusahaan memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan dimiliki. Sementara diverifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerat (korporat).<sup>13</sup>

## **Berita**

Berita tidak akan lepas dalam kehidupan kita, banyak yang mendefinisikan berita atau *news* adalah sesuai dengan arah mata angin yang kemudian ditarik kesimpulan dimanapun seorang pergi akan maka akan menemukan sebuah kejadian. Berita menurut Adi Bajuri adalah laporan suatu peristiwa yang sudah terjadi, gagasan atau pendapat seseorang atau kelompok untuk diliput wartawan yang bertujuan untuk dimuat dalam media.<sup>14</sup>

Berita berasal dari bahasa sansakerta, yaitu *Vrit* yang dapat memaknai dengan *Vritta* dalam bahasa Inggris, memiliki arti ‘ada’ atau ‘terjadi’. Beberapa orang memaknainya dengan *Vritta*, yang berarti “kejadian” atau ‘sebuah peristiwa yang terjadi’. Dalam bahasa Indonesia *Vritta* memiliki arti yaitu sebuah ‘berita atau warta’. Sedangkan menurut KBBI, berita merupakan cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat

Dalam praktek jurnalistik, berita menduduki posisi utama dan menurut pakar jurnalistik untuk mendefinisikan berita itu sangatlah sulit. Belum ada batasan yang dapat mencakup seluruh segi, sifat, dan karakter, ciri dan jenis-jenisnya. Berita adalah segala laporan mengenai peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang menarik perhatian dan penting untuk disampaikan atau dimuat dalam media massa agar diketahui atau menjadi kesadaran umum.<sup>15</sup>

Berita merupakan sebuah sajian informasi tentang suatu kejadian yang sedang terjadi saat itu juga. Proses penyajian berita dapat dilakukan melalui informasi berantai dari mulut ke mulut atau secara langsung. Selain itu ada juga yang menggunakan media, seperti media

<sup>13</sup> Hari Suminto, *Pemasaran Blak-blakan*, (Batam: Inter Aksara, 2002), 20.

<sup>14</sup> Anton Mabururki KN, *Produksi Program TV Non-Drama*, (Surabaya: Gramedia, 2018), 261.

<sup>15</sup> Sedia Willing Barus, *Jurnalistik Petunjuk Teknis Dan Menulis Berita*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 25.

cetak yaitu Koran dan majalah, maupun media elektronik seperti televisi dan radio. Namun di zaman sekarang ini sudah ada kategori media baru yakni internet. Saat ini *internet* sudah sangat menjamur di masyarakat dan sudah menjadi kebutuhan tambahan untuk memperoleh informasi tambahan yang tidak bisa ditinggalkan karena internet memiliki waktu yang sangat singkat agar bisa diterima oleh orang. Penulisan berita di media baik dalam media cetak maupun media elektronik harus memperhatikan 5W+1H (*What, Why, Where, Who, When* dan *How*), *What* = apa yang terjadi, *Where* = di mana peristiwa terjadi, *When* = kapan peristiwa itu terjadi, *Who* = siapa yang terlibat, *Why* = kenapa peristiwa itu bisa terjadi, *How* = bagaimana peristiwa itu terjadi.

Berita menjadi menarik dan memiliki kualitas apabila ditulis berdasarkan fakta dan peristiwa yang telah terjadi sehingga dapat disebut sesuai dengan fakta yang terjadi saat itu juga. Sebuah berita bisa diminati pembaca apabila bisa menyajikan judul yang menarik, sedangkan dalam media elektronik sebuah berita juga memiliki daya tarik apabila disampaikan dengan baik dan juga menggunakan visual yang baik pula. Judul berita akan sangat penting untuk mengantarkan pembaca masuk ke dalam berita. Judul berita digunakan untuk merangkum isi berita kepada pembaca mengenai isi berita. Sama halnya dengan media cetak, media elektronik juga harus memiliki judul yang baik agar dapat di pahami dan diterima oleh pemirsa atau pendengar.

## Media Online

Media *Online* merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia (*computer* atau *internet*). Di antara media online adalah portal, *website* (situs web termasuk *blog* dan media sosial seperti *twitter* dan *facebook*, *Tv online*, *radio online*, dan *email*.<sup>16</sup> Media *online* juga disebut dengan istilah *Cyber media* karena pola kerja dan pengaksesan informasi mode ini selalu menggunakan media *internet (computer)*. Dengan media *internet* khalayak bisa langsung menikmati produk yang di hasilkan, tanpa terikat oleh ruang dan waktu ataupun produser baku lembaga penyiaran manapun, bahkan pada saat peristiwa berlangsung informasi tersebut dapat diakses.<sup>17</sup>

Penggunaan istilah media *online* sering diartikan sebagai berita atau praktek jurnalistik secara tertulis yang dapat dipublikasikan melalui internet. Menurut Ashari Siregar, media *online* dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan *multimedia* (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal berita *website* (situs web), *radio online*, *Tv online*, *pers online*, *mail online* dan sebagainya, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna atau konsumen memanfaatkannya.<sup>18</sup> Dengan demikian media online merupakan media terbaru

<sup>16</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2012), 31.

<sup>17</sup> Moch Choirul Arif, *Dasar-Dasar Kajian Budaya dan Media*, (Surabaya: UINSA Press, 2014), 144.

<sup>18</sup> Agung Kurniawan, *Transformasi Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Pembaruan, 2005), 20.

yang dapat digunakan dengan segala jenis atau format yang hanya bisa diakses melalui koneksi internet.

### **Media Youtube**

*Youtube* merupakan salah satu bentuk media sosial berupa video yang akhir-akhir ini sedang naik daun. Berdasarkan dari statistic dalam situsnya sendiri, *Youtube* memiliki lebih dari 1 milyar pengguna.<sup>19</sup> Pada tahun 2017 terdapat lebih dari 65.000 video telah diunggah setiap hari ke *youtube*.<sup>20</sup> Hal ini karena dengan membuat akun atau *channel* di *Youtube* dan banyak memperoleh *viewers* akan dapat menghasilkan uang. *Youtube* ini merupakan salah situs yang dapat digunakan untuk *sharing* video, selain itu video tersebut dapat di *download*. Berbagai macam video dapat diakses dalam *youtube* mulai dari musik, film, berita dan informasi olahraga, gaya hidup, *gaming*, *vlog*, dan lain-lain.<sup>21</sup>

Situs *youtube* ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton dan berbagi video. *Youtube* merupakan situs *web* berbagi video yang dibuat oleh 3 mantan karyawan PayPal pada bulan Februari 2005 yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Pada bulan November 2006, *youtube* dibeli oleh *Google* dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan *Google*. Situs *youtube* ini mempunyai slogan “*Broadcast Yourself*” ini berusaha menciptakan *image* sebagai situs multimedia, dimana pengunjungnya bisa menikmati sajian video-video dengan beragam tema dan kategori. Dengan kata lain *youtube* ingin pengunjung merasa sedang menonton tayangan televisi. Dalam situs *Youtube* ini penonton dapat menyasikan tayangan baik dari lokal maupun mancanegara.<sup>22</sup>

### **Viewers dan Followers**

*Viewers* merupakan istilah yang sering terpakai dalam konteks media. *Viewers* merujuk pada orang-orang yang mengonsumsi konten baik di televisi, internet, radio, atau media lainnya. *Viewers* dapat merujuk pada individu-individu yang melihat atau mendengarkan konten tersebut.

*Viewers* atau dalam bahasa Indonesia dengan sebutan pemirsa, merujuk pada orang-orang yang melihat atau mendengarkan konten media. Mereka adalah individu-individu yang secara aktif mengonsumsi konten yang tersajikan oleh media. Konten tersebut bisa berupa konten yang tersajikan oleh media. Konten tersebut bisa berupa program televisi, film acara radio siaran langsung, atau konten digital seperti video internet. *Viewers* dapat

<sup>19</sup> Juitania dan Indrawan, “Dampak Penggunaan,” 36.

<sup>20</sup> Anggidesialamia, “Upaya Meningkatkan,” 77.

<sup>21</sup> Tri Weda Raharjo, *Respon Terhadap Merk Karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan di Youtube*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020), 49.

<sup>22</sup> Laksamana, *Media, Youtube.....*, 83.

berasal dari berbagai latar belakang dan memiliki preferensi yang berbeda-beda terkait konten yang mereka konsumsi.<sup>23</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Viewers* merupakan sebutan sebuah fitur yang menunjukkan jumlah penonton atau pembaca dalam sebuah konten maupun berita yang terdapat dalam media sosial. *Viewers* memainkan peran penting dalam dunia media. Mereka bukan hanya konsumen, tetapi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap industri media. Berikut adalah beberapa peran penting *viewers* dalam konteks media.

*Viewers* memiliki peran penting dalam menentukan popularitas suatu konten media. Ketika banyak *viewers* yang menonton atau mendengarkan suatu konten, konten tersebut dapat berbagi pengalaman mereka dengan orang lain, mempromosikan konten tersebut, atau memberikan ulasan positif. Popularitas suatu konten media dapat mempengaruhi pendapat iklan, jumlah penonton, serta citra reputasi stasiun media.

*Viewers* juga memiliki peran dalam penyebaran konten media. Mereka dapat membagikan konten yang mereka sukai melalui media sosial atau berbicara tentunya dengan teman dan keluarga. Dalam era digital saat ini, *viewers* memiliki akses yang lebih luas untuk menyebarkan konten secara global. Adanya fitur berbagi dan komentar platform media sosial memungkinkan *viewers* dapat memberikan dampak yang signifikan pada penyebaran suatu konten, baik secara positif maupun negatif.

Peran utama *viewers* adalah sebagai konsumen konten media. Mereka memiliki preferensi tertentu terkait konten yang mereka pilih untuk konsumsi. *Viewers* dapat memilih menonton program televisi favorit mereka, menelusuri video di platform *streaming*, atau mendengarkan siaran radio yang disukai. Preferensi *viewers* terhadap konten tertentu dapat mempengaruhi peringkat suatu program, popularitas selebriti, serta keputusan stasiun media dalam memproduksi konten baru.

*Viewers* juga memiliki peran dalam memberikan *feedback* dan interaksi dengan media. Mereka dapat memberikan ulasan tentang suatu konten, memberikan tanggapan melalui media sosial, atau berpartisipasi dalam jejak pendapat terkait program tertentu. *Feedback* dari *viewers* dapat membantu media dalam meningkatkan kualitas konten, memahami kebutuhan dan keinginan *audiens*, serta memperbaiki aspek-aspek tertentu yang mungkin perlu ditingkatkan.

*Viewers* dan *followers* merupakan salah satu istilah yang ada pada media sosial seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *Tik Tok*, dan *Twitter*. *Viewers* merujuk pada orang-orang yang mengonsumsi konten, sedangkan *followers* seseorang yang memilih melihat dan mengikuti unggahan orang lain pada platform jejaring tempat seseorang bisa membagikan informasi maupun opininya. Bedanya *viewers* dan *followers*, seorang *viewers* dapat menyaksikan

<sup>23</sup> Dafa Raditya, "Memahami Viewers dan Peranannya dalam Media," *Toffedev.com*, diakses pada 26 September dari <https://toffedev.com/blog/viewers-adalah/>

sebuah konten tanpa harus melanggan (*subscriber*) akun yang memproduksi konten tersebut. Video yang ditonton juga dihitung sebagai *viewers*. Sedangkan seorang *subscriber* merujuk pada orang yang melanggan konten dari suatu akun.

### **Teori Agenda Setting**

Teori Agenda Setting adalah konsep yang menjelaskan bagaimana media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi topik-topik yang dianggap penting oleh masyarakat. Menurut teori ini, media tidak dapat memberi tahu masyarakat apa yang harus dipikirkan, tetapi mereka dapat mempengaruhi apa yang harus dipikirkan. Menurut McCombs dan Shaw, media massa memiliki peran sentral dalam membentuk realitas sosial melalui proses seleksi berita, di mana isu-isu yang dipilih oleh media kemudian menjadi isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Mereka menyatakan bahwa "media menetapkan agenda publik dengan menonjolkan isu-isu tertentu dan mengabaikan yang lain."<sup>24</sup>

McCombs dan Shaw menyatakan bahwa media massa bertindak sebagai filter yang menentukan informasi apa yang akan sampai ke publik dan bagaimana informasi tersebut disajikan. Dengan kata lain, media menetapkan agenda bagi publik dengan memilih isu-isu tertentu untuk dilaporkan lebih sering atau lebih menonjol, sementara isu lain diabaikan. Proses ini dikenal sebagai "agenda-setting function." Mereka menyebut proses ini sebagai efek "transfer of salience," di mana pentingnya isu yang dilaporkan media "ditransfer" kepada publik sehingga publik memandang isu-isu tersebut sebagai hal yang penting. Dengan demikian, teori agenda setting ini akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis tentang strategi pemberitaan media online tribun ambon dalam menarik *viewers* melalui media sosial *youtube*, terkait isu-isu yang ada dalam masyarakat.

### **Metode Penelitian**

Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi masalah sosial atau manusia yang kompleks. Creswell menekankan bahwa penelitian kualitatif melibatkan proses interpretatif yang berusaha memahami makna yang diberikan individu kepada suatu fenomena. Penelitian ini biasanya dilakukan di lapangan atau di lingkungan alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data.<sup>25</sup>

Pendekatan fenomenologi digunakan untuk menekankan pentingnya mengeksplorasi pengalaman subjektif dan memahami dunia dari perspektif individu yang mengalaminya. Dalam pendekatan ini, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan

<sup>24</sup> Maxwell McCombs dan Donald Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176-187.

<sup>25</sup> John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014), 32-35.

mencoba menangkap esensi dari pengalaman tersebut melalui analisis tematik.<sup>26</sup> Peneliti dalam melakukan penelitian ini merinci permasalahan yang diamati untuk menggambarkan suatu fenomena sosial secara menyeluruh, komprehensif dan mendalam, untuk mengembangkan pemahaman atau menjelaskan arti dari suatu peristiwa yang dialami seseorang atau kelompok.

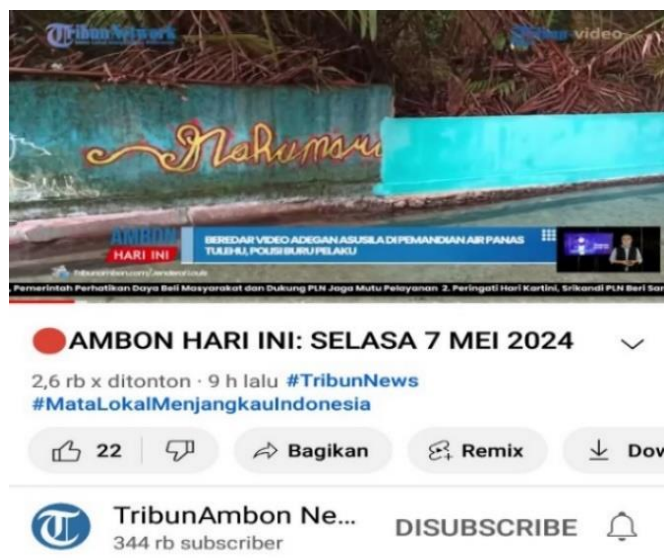
## Hasil dan Pembahasan

### 1. Strategi Penyebaran Berita Tribun Ambon Melalui Media Online dalam Upaya Meraih Banyak Pembaca

Berdasarkan data penelitian yang di lakukan peneliti pada Tribun Ambon, bahwa strategi yang digunakan oleh Trimbun Ambon untuk meraih banyak *viewers*, strategi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

#### a. Konten Video Viral

Konten video viral merupakan konten yang menarik perhatian banyak orang. Berdasarkan hasil peneliti selama di lapangan peneliti menemukan bahwa dengan adanya konten berita viral pada media sosial Tribun Ambon dapat meraih banyak peminat atau penonton pada video tersebut. Salah satu berita viral yang ada di Kota Ambon yakni beredar aksi mesum 2 orang lelaki di tempat wisata air panas.



(Gambar 1 Berita Viral di Youtube Tribun Ambon)

Pada gambar di atas merupakan salah satu berita viral yang ada di Kota Ambon pada beberapa hari yang lalu yang terdapat pada *platform youtube* Tribun Ambon. Gambar di atas sudah jelas terlihat bahwa video tersebut di tonton sebanyak 2,6 Ribu

<sup>26</sup> Clark Moustakas, *Phenomenological Research Methods*, (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994), 13.

kali dengan jumlah *subscribe* sebanyak 344 ribu. Menurut Fandi Wattimena sebagai *crew* bagian koordinatur lapangan Tribun Ambon menjelaskan bahwa:

*“Besic-nya itu kan sebenarnya konten. Konten yang katong artikan itu adalah berita atau produk-produk Jurnalistik yang besiknya menarik, yang hari ini hampir semua pembaca di usia 18-35 tahun lebih suka berita yang menarik itu. Konten menarik itu kan contoh semisal kemarin video viral di air panas, itu merupakan sesuatu yang sebenarnya mau lihat dari sisi faedahnya itu apa sih aksi mesum di lokasi wisata, namun menarik itu menjadi sesuatu yang menjadi pada peliputan Tribun Ambon itu besiknya. Selain konten menarik viral ada juga yang namanya breaking news, breaking news itu tidak selamanya adalah sesuatu peristiwa yang menarik tapi breaking news itu adalah sesuatu yang peristiwa yang penting aktual contoh misalnya Gubernur Maluku mendaftar di IPKB kalau momen politik Murad Ismail mantan Gubernur Maluku mendaftar untuk pencalonan lagi kembali menjadi gubernur di PKS misalnya, itu bisa jadi breaking news tu kan karena peristiwa pertama yang kemudian katong bisa follow up akan, berita kedua Gubernur datang sendiri itu bisa menjadi berita berikutnya lagi.”<sup>27</sup>*

Dalam menanggapi hal di atas, menurut Lesbi Leba sebagai *crew* bagian *manager* pemasaran juga menyampaikan bahwa:

*“Strategi dan prioritas kita yang pertama adalah real time, jadi real time itu setiap kejadian dalam waktu beberapa menit harus sudah ada beritanya dengan real time itu akan bukan peluang orang untuk cepat membaca mengikuti update beritanya, strategi kita kedua yaitu kita keyword (kata kunci) jadi setiap berita kita itu kita pakai kata kunci dimana yang banyak pembacanya, jadi ada kata kunci pariwisata, ada kata kunci jadwal kapal, loker. Kata kunci yang kita kenal keywordnya Tribun Ambon dan itu yang kita gunakan selama ini. Yang ketiga kita lebih fokus pada berita-berita yang berkaitan langsung dengan pelayanan publik (pelayanan kepada masyarakat).”<sup>28</sup>*

Dalam konteks konten video viral, teori agenda setting menurut Maxwell McCombs dan Donald Shaw berlaku bahwa, media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi isu-isu. Ketika sebuah video menjadi viral, terutama di platform media sosial, media massa akan menangkap tren tersebut dan meliputnya, yang pada gilirannya mempengaruhi persepsi publik tentang kepentingan dari konten tersebut. Popularitas suatu video dapat menciptakan ilusi bahwa konten tersebut memiliki bobot yang sama dengan berita arus utama, sehingga publik merasa perlu mengonsumsinya

#### b. *Breaking News*

Strategi kedua yaitu *breaking news* adalah suatu berita yang teraktual dan paling terpenting. Bukan saja berita viral yang banyak diminati oleh *audience* Tribun Ambon,

<sup>27</sup> Wawancara dengan Fandi Wattimena (Koordinator Lapangan) di Kantor Tribun Ambon, pada Jum'at, 8 Maret 2024.

<sup>28</sup> Wawancara dengan Lesbi Leba (Manager Pemasaran) di Kantor Tribun Ambon, pada Selasa, 27 Februari 2024.

*breaking news* juga salah satu berita yang banyak diminati oleh penonton setia Tribun Ambon. Sebagaimana dalam gambar berikut:



(Gambar 2 Berita *Breaking News* Tribun Ambon)

Gambar diatas merupakan salah satu berita *breaking news* yang ada pada *platform youtube* Tribun Ambon. Pada gambar di atas berita *breaking news* dengan judul Laka maut angkot bawa mahasiswa di Ambon. Mengalami kecelakaan. Video itu ditonton sebanyak 3,2 ribu. Adjeng Hatalea sebagai *crew* bagian editor Tribun Ambon mengatakan strategi yang dilakukan Tribun Ambon dalam *breaking news* yaitu dengan adanya kepekaan para jurnalis, sebagaimana diuraikan berikut ini:

*“Itu rahasia perusahaan, tapi secara umum pertama itu harus peka karena sebagai jurnalis itu salah satu kemampuan yaitu kepekaan untuk bisa membaca kondisi, melihat keadaan sekitar, peluang, dan segala macamnya. Nah untuk mengatur strategi itu biasanya kita lakukan evaluasi-evaluasi mulai dari jenis peliputannya, isunya seperti apa, pemilihan narasumber, dan lainnya itu untuk mengukur sejauh mana nanti sebuah konten itu mengajaungkau kemudian selain itu juga harus membaca karakteristik audience, nah itu butuh skill yang matang untuk membaca karakteristik audience atau pembaca kita karena kebanyakan kan audience atau pembaca itu kan dia pilih-pilih yah. Jadi kalau kita lihat misalnya kaya usia mereka lebih suka ke apa atau mereka lebih cenderung membaca isu-isu seperti apa, nah konten-konten yang seperti itu yang dioptimalisasikan untuk meningkatkan viewersnya.”<sup>29</sup>*

<sup>29</sup> Wawancara dengan Adjeng Hatalea (Editor) di Kantor Tribun Ambon, pada Jum’at, 8 Maret 2024.

Teori agenda setting, yang menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi isu-isu yang dianggap penting oleh audiens. Strategi penyebaran berita melalui *breaking news* memanfaatkan efek agenda setting dengan cara menempatkan informasi tersebut sebagai prioritas yang mendesak dan penting untuk diketahui publik. Berita yang disajikan secara cepat dan mendesak membuat audiens merasa bahwa isu tersebut penting dan memerlukan perhatian langsung.

c. Kata kunci (Tag)

Kata kunci ialah suatu konsep yang digunakan untuk suatu hal yang diinginkan. Contohnya seperti ingin mencari berita Tribun Ambon kuncinya yaitu #Tribun Ambon. Pada gambar 1 dan 2 di atas merupakan salah satu berita yang ada pada *platform youtube* Tribun Ambon. Dua gambar diatas terdapat kata kunci atau tag yang digunakan Tribun Ambon seperti #MatalokalMenjangkauIndonesia, #Tribunnews, #beritaviral. Terdapat kata kunci yang digunakan akan membuat para penonton mudah untuk mendapatkan informasi sangat cepat.

Kata kunci dalam Tribun Ambon juga selalu memberikan berita secepat kilat untuk *publik*, hal ini mereka lakukan untuk mencapai target mereka. Menurut Lala mahasisiwa Jurnalistik Islam menyampaikan bahwa:

*“Pendapat beta sih bagus akan punya berita-berita terupdate kaya sangat cepat dipublikasikan. Terus ada satu masalah dong bikin menjadi beberapa angle menjadi beberapa berita. Tetapi beta lihat lai di Tribun itu apa saja dong bisa bikin akan jadi berita.”*<sup>30</sup>

Dalam menanggapi hal ini La Hamid salah satu penonton Tribun Ambon juga mengatakan bahwa:

*“Bagus, akan sering muncul setiap hari kalo pas kasih manyala hp itu berita-berita Tribun Ambon selalu muncul, dan pendapat beta setelah menonton itu, berita Tribun Ambon ini memiliki judul yang menarik sehingga membuat katong penasaran terhadap berita itu.”*<sup>31</sup>

Dari pembahasan di atas dapat dinyatakan bahwa suatu perusahaan dapat memiliki beberapa strategi sehingga bisa mendapatkan jumlah target yang di inginkan, sebagaimana yang dilakukan kru Tribun Ambon di atas. Penulis bisa melihat bahwa ada beberapa strategi Tribun Ambon untuk menarik *viewers* yaitu yang pertama adanya berita viral, kedua *breaking news*, dan yang terakhir adanya kata kunci atau tag yang dilakukan oleh Tribun Ambon agar dapat meraih banyak *viewers*.

<sup>30</sup> Wawancara dengan Lala (Mahasiswa IAIN Ambon) di Kampus IAIN Ambon, pada Rabu, 13 Maret 2024.

<sup>31</sup> Wawancara dengan La Hamid (Mahasiswa IAIN Ambon) di Kampus IAIN Ambon, pada Rabu, 15 Maret 2024.

## 2. Perkembangan *Viewers* Tribun Ambon Melalui data grafik Media Sosial Youtube

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di Kantor media Tribun Ambon, bahwa perkembangan *viewers* dari tahun 2020 sampai 2024 terus mengalami kenaikan dari ratusan sudah sampai ribuan *viewers*. Dari data di atas, terlihat bahwa jumlah penonton Tribun Ambon pada bulan Mei 2024 mencapai 344.000 pengunjung.<sup>32</sup> Lebih lengkapnya sebagaimana dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Jumlah Video Penonton Tribun Ambon Tahun 2021-2024

| No. | Berita  | Tanggal    | Jumlah Video Dinonton | Like |
|-----|---|------------|-----------------------|------|
| 1.  | Stok Beras Bulog di Kota Ambon Aman Hingga 7 Bulan Kedepan                              | 31/08/2021 | 158                   | 2    |
| 2.  | Viral wanita nikah dengan ayah temannya sendiri, sahabat jadi ibu tiri                  | 11/10/2021 | 617                   | 4    |
| 3.  | Pemda Maluku Tengah Rencana Seleksi Terbuka Belasan Jabatan Kepala Dinas dan Badan      | 11/11/2021 | 626                   | 3    |
| 4   | Viral Video Emak-emak Cekcok dengan Preman yang Diduga Mungli                           | 20/11/2021 | 83                    | 1    |
| 5.  | Propam Bakal Periksa Polisi yang Terlibat Bentrokan dengan Warga di Tamilouw            | 07/12/2021 | 1.100                 | 7    |
| 6.  | Penyisiran Gunung Botak Rupanya Tanpa Sepengetahuan Pemda Maluku                        | 10/02/2022 | 2.425                 | 5    |
| 7.  | Jelang Ultah, Satpol PP Bersih-bersih Pantai Ina Marina Masohi                          | 27/02/2022 | 63                    | 1    |
| 8.  | Rumah Sakit Siloam Ambon Hadirkan Pelayanan VVIP, 8 Ruang Siap Manjakan Pasien          | 15/03/2022 | 466                   | 8    |
| 9.  | Korban Kecelakaan Laut di Perairan SBT Ternyata 13 Orang, 5 Selamat                     | 24/03/2022 | 1.900                 | 20   |
| 10. | Warga Dikejutkan Dengan Penemuan Mayat Laki Laki Posisi Tengkurap di Ambon              | 30/03/2022 | 572                   | 7    |
| 11. | HKFC 'Babat' Detroit di Futsal Liga Nusantara 2022                                      | 25/05/2022 | 834                   | 5    |
| 12. | Mengapa Harus ke UKIM   TribunBastory   | 02/06/2022 | 416                   | 37   |
| 13. | Dibalik Cerita Nenek Luhu, Ada Keindahan di Pantai Batu Capeo Ambon,                    | 12/06/2022 | 2.300                 | 11   |
| 14. | Golkar Buru Solid Usul Airlangga Calon Presiden dan Ramli Umasugi Calon Gubernur Maluku | 20/06/2022 | 3.100                 | 13   |
| 15. | Tiba di Ukraina Jokowi Tak Pakai Rompi Anti Peluru, Perut Sang Presiden Jadi Sorotan    | 30/06/2022 | 5.200                 | 28   |
| 16. | Hendrik Lewerissa Tegaskan Belum Terpikir Bertarung di Pilkada 2024                     | 21/07/2022 | 469                   | 4    |

<sup>32</sup> Social Blade, "Tribun Ambon's YouTube Stats," di akses pada 22 Maret 2024 dari <https://socialblade.com/youtube/channel/UCU74VSB2-pcVFZUeq-wyPSA>

|     |  |            |       |    |
|-----|--|------------|-------|----|
| 17. | Jan Ethes Cucu Jokowi Masuk Sekolah Diantar Paspampres   | 06/08/2022 | 1.193 | 10 |
| 18. | 6 Bahaya Main HP Sambil Mengecas Bisa Bikin Ponsel Meledak   | 07/08/2022 | 2000  | 7  |
| 19. | Daerah Tubuh Dengan Resiko Tinggi Kematian Oleh Gigitan Anjing Rabies                                | 06/09/2022 | 2.042 | 10 |
| 20. | Kelompok Nelayan Lawamena Haulala Negeri Morella Terima Bagan Apung Fiberglass dari BI Maluku        | 11/10/2022 | 669   | 5  |
| 21. | Tersembunyi dalam Hutan, Ini Keindahan Air Terjun Taeno, Air Terjun Paling Tinggi di Ambon           | 06/11/2022 | 482   | 9  |
| 22. | Kakek Ini Dibuang Keempat Anaknya karena Penyakit: Bapak Bukan Mau Duit Kalian                       | 24/11/2022 | 3.200 | 22 |
| 23. | Viral Video Pelaku Pelecehan di Kampus Gunadarma Depok Diikat, Ditelanjangi hingga Dicekoki Air Seni | 15/12/2022 | 4.200 | 14 |
| 24. | Perawatan Wajah dengan Harga Terjangkau di Riyena Rumah Cantik, Dijamin Pulang Auto Cantik           | 20/02/2023 | 467   | 8  |
| 25. | Kantor Bahasa Ungkap Penyebab 5 Bahasa Daerah Di Maluku Punah  | 13/03/2023 | 368   | 10 |
| 26. | Unik, Tradisi Warga Hila Bangunkan Sahur dengan Hadrat Keliling Kampung                              | 07/04/2023 | 439   | 11 |
| 27. | Viral Video Area Pabrik Smelter di Morowali Banjir, Karyawan Nyaris Terseret Arus                    | 27/04/2023 | 949   | 1  |
| 28. | Remaja Negeri Morella Buat Kagum Penonton Dengan Tradisi Pukul Manyapu                               | 29/04/2023 | 1.900 | 31 |
| 29. | Terjebak Banjir, Ratusan Pekerja Bendungan Waeapo Dievakuasi   | 01/06/2023 | 2.260 | 10 |
| 30. | Detik-detik pemusnahan Amunisi & Bahan Peledak Milik TNI di Maluku Tengah                            | 10/06/2023 | 778   | 1  |
| 31. | PJ Bupati Muhamat Marasabessy Lepas Keberangkatan 161 Calon Jamaah Haji Maluku Tengah                | 14/06/2023 | 523   | 1  |
| 32. | Temuan 140 Kasus Baru HIV/AIDS di Ambon, Ini Lokasi Persebarannya                                    | 18/06/2023 | 240   | 4  |
| 33. | KPU Buru Tetapkan Jumlah DPT Pemilu 2024 Sebanyak 95.591 Jiwa  | 21/06/2023 | 1.119 | 8  |
| 34. | Dunia Sepak Bola Berduka, Sani Tawainella Tutup Usia   | 28/06/2023 | 1.380 | 23 |
| 35. | Punya Informasi terkait Kasus Pembunuhan Vina Cirebon? Silakan Hubungi Nomor Hotline 082211124007    | 07/06/2024 | 523   | 6  |
| 36. | Kebakaran Hebat di Jembatan Brawijaya Kediri, Gapura Barat Dilalap Si Jago Merah                     | 10/06/2024 | 1.510 | 14 |

|     |  |            |       |    |
|-----|--|------------|-------|----|
| 37. | Kasus Pengeroyokan Bos Rental Mobil hingga Tewas di Pati Jateng, Polisi Tetapkan Satu Lagi Tersangka | 11/06/2024 | 558   | 8  |
| 38. | Kasus Korupsi Ruko Mardika Bos PT BPT Diperiksa Kejati Maluku  | 17/06/2024 | 185   | 2  |
| 39. | Ambon Hari Ini: Selasa 18 Juni 2024  | 18/06/2024 | 2.700 | 11 |

Tabel di atas merupakan tabel jumlah penonton Tribun Ambon tahun 2021 sampai 2024 pada media sosial youtube. Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa jumlah penonton Tribun Ambon dari 2021-2024 mengalami perkembangan dan juga penurunan pada setiap berita yang diupdate oleh Tribun Ambon. Melalui data dari *google analytic* pada bulan Januari 2022 sampai bulan Mei 2024, perkembangan *viewers* Tribun Ambon terus mengalami peningkatan. Dapat dilihat dari grafik pengunjung Tribun Ambon setiap bulannya. Dengan mengalami peningkatan yang sangat jauh tidak membuat Tribun Ambon menyerah dalam melakukan strategi promosi berita mereka.

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan diatas maka jelas jika sampai saat ini Tribun Ambon masih menjadi media yang paling *terupdate* dan teraktual beritanya. Hal ini tentu didasarkan oleh kematangan strategi yang dibuat, mulai dari mengupdate konten berita viral dan juga membuat kata kunci atau tag pada Tribun Ambon. Hal ini yang membuat media tersebut terlihat unggul dari media online lainnya.

Di era digital saat ini, media massa telah bergeser dari media tradisional ke platform digital, salah satunya adalah YouTube. Dengan jumlah pengguna aktif yang besar, YouTube telah menjadi salah satu platform utama bagi media massa untuk menyebarluaskan berita dan konten informasi. Tribun Ambon, sebagai bagian dari jaringan media Tribun News, telah memanfaatkan platform ini untuk meningkatkan jangkauan informasi lokal dan menarik lebih banyak pemirsa. Untuk memahami perkembangan jumlah *viewers* Tribun Ambon di YouTube.

Teori *agenda setting*, yang diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw pada tahun 1972, berpendapat bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh publik. Melalui cara penyajian berita, frekuensi penyebaran, dan penekanan pada topik tertentu, media dapat memengaruhi persepsi audiens terhadap isu-isu yang mereka anggap relevan atau signifikan. Dalam konteks perkembangan *viewers* di YouTube, teori ini memberikan kerangka kerja yang baik untuk memahami bagaimana Tribun Ambon mampu meningkatkan jangkauan kontennya melalui strategi pemberitaan yang terstruktur.

Analisis berdasarkan data grafik jumlah *viewers* di kanal YouTube Tribun Ambon, ada beberapa tren yang dapat diamati. Secara umum, terdapat peningkatan jumlah penonton yang signifikan pada video-video tertentu, terutama yang menyajikan berita

dengan topik yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat atau peristiwa yang berdampak luas, seperti bencana alam, konflik sosial, atau kebijakan pemerintah daerah.

Pada grafik *viewers*, terlihat bahwa video-video yang terkait dengan topik hangat seperti bencana alam atau berita viral lokal cenderung mendapatkan lonjakan penonton. Sebagai contoh, ketika terjadi gempa bumi atau cuaca ekstrem di Ambon, video terkait mendapatkan perhatian besar dari audiens, sebagaimana tercermin dalam peningkatan jumlah *viewers* secara signifikan. Lonjakan ini memperlihatkan bagaimana pemberitaan Tribun Ambon dapat memengaruhi persepsi publik tentang urgensi isu tersebut, sesuai dengan teori *agenda setting* yang menekankan bahwa media memiliki peran dalam menentukan prioritas informasi.

Pemilihan dan Penekanan Isu Dalam kerangka teori *agenda setting*, salah satu cara utama media menentukan agenda publik adalah melalui pemilihan dan penekanan isu tertentu. Tribun Ambon, melalui konten yang diunggah di YouTube, dapat memilih berita yang dianggap paling relevan bagi masyarakat lokal, seperti bencana alam, konflik sosial, atau kebijakan pemerintah daerah. Pemilihan topik yang tepat serta penekanan pada isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan dapat meningkatkan daya tarik konten dan mendorong penonton untuk lebih sering mengakses kanal tersebut.

Data grafik *viewers* menunjukkan bahwa pada periode waktu di mana Tribun Ambon lebih sering mengunggah video terkait topik yang sama, jumlah penonton cenderung meningkat secara konsisten. Hal ini membuktikan bahwa frekuensi penyebaran informasi dapat memengaruhi keputusan audiens untuk terus mengikuti kanal YouTube, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan jumlah *viewers* secara keseluruhan.

Dalam konteks Tribun Ambon, konten berita lokal yang mengandung elemen kejutan atau kejadian luar biasa cenderung mendapatkan perhatian lebih besar, tidak hanya dari audiens lokal tetapi juga dari luar daerah. Selain itu, *user engagement* seperti komentar, berbagi video, dan *like* berperan penting dalam memperluas jangkauan konten. Partisipasi aktif dari pengguna dapat memperkuat dampak dari strategi *agenda setting* karena meningkatkan visibilitas konten di algoritma YouTube.

## Kesimpulan

Strategi Penyebaran berita Tribun Ambon melalui media online agar dapat meraih banyak *viewers* yaitu (1) Adanya konten berita viral, berita viral merupakan faktor utama dalam menarik *viewers* Tribun Ambon. (2) Adanya berita breaking news yang merupakan salah satu berita yang juga banyak menarik perhatian penonton maupun pembaca. (3) Penggunaan kata kunci atau tag pada akun youtube Tribun Ambon.

Selama tiga tahun, dari tahun 2022 hingga 2024, terjadi peningkatan terus-menerus dalam jumlah penonton media online Tribun Ambon setiap bulannya. Dari data pengunjung,

terlihat bahwa minat penonton terhadap video yang disajikan Tribun Ambon sangat tinggi. Peningkatan viewers Tribun Ambon pada bulan Januari 2022 sebanyak 8.390 pengunjung dan pada tahun 2024 mencapai 344.000 pengunjung. Berdasarkan data tersebut, minat viewers terhadap video yang disajikan Tribun Ambon mengalami perkembangan yang lebih banyak.

### Daftar Pustaka

- Anggidesialamia, Helena. "Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi Youtube." *COMM-EDU: Community Education Journal* 3, no. 2 (Mei 2020): 75-82. <https://journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/comm-edu/article/view/3779>
- Antonio, Syafi'i. *Bank Syariah dari teori praktek*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- APIJII, "Survei APIJII," Januari-Desember 2023. Di akses dari <https://survey.apjii.or.id>,
- Arif, Moch Choirul. *Dasar-Dasar Kajian Budaya dan Media*. Surabaya: UINSA Press, 2014.
- Barus, Sedia Willing. *Jurnalistik Petunjuk Teknis Dan Menulis Berita*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Budio, Sesra. "Strategi Manajemen Sekolah." *Jurnal Menata: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2019): 56-72. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=90lTo\\_wAAAAJ&citation\\_for\\_view=90lTo\\_wAAAAJ:qjMakFHDy7sC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=90lTo_wAAAAJ&citation_for_view=90lTo_wAAAAJ:qjMakFHDy7sC)
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014.
- Habibie, Dedi Kusuma. "Dwi Fungsi Media Massa." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (December 2018): 79-86. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/20770>
- Juitania, dan I Gede Adi Indrawan. "Dampak Penggunaan Konten Youtube Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Universitas Pamulang." *SAP: Susunan Artikel Pendidikan* 5, no. 1 (Agustus 2020): 34-42. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/SAP/article/view/6539>
- KN., Anton Maburki. *Produksi Program TV Non-Drama*. Surabaya: Gramedia, 2018.
- Kurniawan, Agung. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan, 2005.
- Laksamana. *Media, Youtube dan Google Video*. Yogyakarta: MediaKom, 2009.
- McCombs, Maxwell, dan Donald Shaw. "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176-187.
- Moustakas, Clark. *Phenomenological Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994.
- Ohorella, Noviawan Rasyid. "Strategi Media Online Lensatimur dalam Mengangkat Kearifan Lokal (Studi Kasus Pariwisata Indonesia Timur)." *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (Mei 2019): 88-109. <http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/EXPOSE/article/view/715>

- Raditya, Dafa. "Memahami Viewers dan Peranannya dalam Media." *ToffeeDev.com*. Di akses pada 26 September dari <https://toffeeDev.com/blog/viewers-adalah/>
- Raharjo, Tri Weda. *Respon Terhadap Merk Karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan di Youtube*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020.
- Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2012.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Persepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: Grafindo, 2002.
- Social Blade. "Tribun Ambon's YouTube Stats." di akses pada 22 Maret 2024 dari <https://socialblade.com/youtube/channel/UCU74VSB2-pcVFZUeq-wyPSA>
- Sondang, Siagian P. *Managemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Suminto, Hari. *Pemasaran Blak-blakan*. Batam: Inter Aksara, 2002.
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2000.