

SKRIPSI

**STRATEGI MEDIA *ONLINE PIJAR NEWS* DALAM
MEMBANGUN SEGMENTASI PEMBACA**



OLEH:

**ANITA
NIM. : 19.3600.029**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

**STRATEGI MEDIA *ONLINE PIJAR NEWS* DALAM
MEMBANGUN SEGMENTASI PEMBACA**



OLEH

**ANITA
NIM. 19.3600.029**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Program Studi Jurnalistik Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

PAREPARE

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Proposal Skripsi : Strategi Media *Online Pijar News* dalam
Membangun Segmentasi Pembaca
Nama Mahasiswa : Anita
NIM : 19.3600.029
Program Studi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK.Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah
No.B-3219/In.39.7/0.9/2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr.Ramli,S.Ag., M.Sos.I. (.....) 
NIP : 197612312009011047
Pembimbing Pendamping : Nahrul hayat, M.I.Kom. (.....) 
NIP : 199011302018011001

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah




Dr. A. Nurkhdam, M.Hum
NIP. 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Media *Online Pijar News* dalam
Membangun Segmentasi Pembaca

Nama Mahasiswa : Anita

NIM : 19.3600.029

Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan
Dakwah

No.:B-3219/In.39.7/0.9/2022

Tanggal Kelulusan : Rabu, 17 Januari 2024

Disetujui oleh:

Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. (Ketua) (.....)

Nahrul hayat, M.I.Kom. (Sekretaris) (.....)

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. (Anggota) (.....)

Mifdah Hilmiyah, M.I.Kom. (Anggota) (.....)

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP. 196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt. berkat hidayah, taufik dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial(S.Sos.) pada Fakultas Ushuluddin adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Nujannah dan Ayahanda Ilham tercinda dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Ramli,S.Ag., M.Sos.I.dan bapak Nahrul hayat, M.I.Kom. selaku Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare
2. Dr. A. Nurkidam, M.Hum..selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Nahrul Hayat,M.I.Kom.selaku Ketua Prodi Jurnalistik Islam yang telah membantu, memberikan motivasi, arahan, bimbingan, dan tak henti-hentinya untuk mendorong sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.

4. Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh kesungguhan dan kesabaran.
5. Bapak Alfiansyah Anwar, S. Ksi, M.H. selaku kepala *Pijar News* yang telah memberi izin dan bersedia membantu serta melayani penulis dalam pengumpulan data penelitian.
6. Saudara-saudariku Fikri Julian, Dewa Zhaki, Takwa, Nurjannah, Akbar, dan Ilham telah memberikan motivasi, materi dan dukungan penuh kepada penulis dari awal penulisan sampai akhir penulisan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat seperjuangan JI Angkt. 19, yang senang hati saling membantu dan saling berbagi ilmu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bantuan, baik moril maupun material kepada penulis selama kuliah hingga penyelesaian penulisan skripsi ini. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebaikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhir penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 14 Desember 2023

14 Jumadil Akhir 1445 H

Penulis,



ANITA

NIM. 19.3600.029

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Anita
NIM : 19.3600.029
Tempat/Tanggal Lahir : Tosulo, 03-08-2000
Program Studi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Strategi *Media Online Pijar News* dalam Membangun Segmentasi Pembaca.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, ditiru, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 14 Desember 2023
14 Jumadil Akhir 1445 H

Penulis



ANITA
Nim. 19.3600.029

ABSTRAK

ANITA. *Strategi Media online Pijar News dalam Membangun Segmentasi Pembaca untuk Audiens.* (dibimbing oleh Ramli, dan Nahrul Hayat).

Pokok permasalahan pada penelitian ini adalah Strategi Media *Online Pijar News* dalam Membangun Segmentasi Pembaca dan bentuk segmentasi pembaca di dalam strategi media *online Pijar News* dengan menggunakan teori sosial marketing Philip Kotler.

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang berfokus pada strategi *Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca dengan penekanan pada faktor pendukung dan penghambat dalam upaya membangun segmentasi pembaca yang beragam dengan menggunakan teknik analisis data versi Taylor dan Renner.

Hasil penelitian menunjukkan yaitu 1) Strategi *Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca memiliki beberapa strategi yaitu, menggunakan produk atau berita yang disajikan berbeda, menggunakan judul berita yang unik, menggunakan sosial media sebagai alat promosi, memanfaatkan akurasi berita, dan cara penyajian berita. 2) Bentuk segmentasi pembaca di dalam strategi *Pijar News* memiliki beberapa bentuk yaitu, segmentasi pembaca *Pijar News* dari kalangan umur 37-60 merupakan sebuah metode penyajian informasi dan fakta seperti berita yang dibutuhkan dari kalangan pejabat yaitu berita politik, segmentasi pembaca *Pijar News* dari kalangan pelajar yaitu mereka menyajikan berita dengan konten khusus seperti halnya rubrik pendidikan, dan segmentasi pembaca *Pijar News* dari kalangan ibu rumah tangga yaitu menyajikan berita atau informasi dalam membangun rumah tangga yang.

Kata Kunci : Strategi, Media *online*, Segmentasi Pembaca

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel
1.1	Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin
1.2	Vokal tunggal (<i>monoftong</i>) bahasa Arab
1.3	Vokal rangkap (<i>diftong</i>) bahasa Arab
1.4	Maddah atau vokal panjang



DAFTAR GAMBAR

	Judul Gambar
1	Kerangka Pikir
4.1	Contoh Tampilan Berita <i>PijarNews</i>
4.2	Akun <i>Tiktok Pijar New</i>
4.3	Akun <i>You Tube Pijar News</i>
4.4	Akun <i>Instagram Pijar News</i>
4.5	<i>Caption Instagram Pijar News</i>
4.6	Berita Politik <i>Pijar News</i>
4.7	Rubrik Keluarga <i>Pijar News</i>
4.8	Company Profil <i>Pijar News</i>
9	Dokumentasi



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
1	Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Peneliti
2	Surat Rekomendasi penelitian
3	Surat Keterangan Wawancara
4	Surat Keterangan Selesai Meneliti
5	Dokumentasi
6	Biodata



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	10
B. Tinjauan Teori	13
1. Teori Sosial Marketing Philip Kotler.....	13
C. Kerangka Konseptual	21
D. Kerangka Pikir.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
C. Fokus Penelitian	37
D. Jenis dan Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	39
F. Uji Keabsahan Data.....	41
G. Teknik Analisis Data	43

BAB IV PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil Penelitian.....	40
1. Strategi media onlinePijar News membangun segmentasi pembaca.	40
2. Bentuk Segmentasi Pembaca di Dalam Strategi Media onlinePijar News	54
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN.....	IV



TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Tabel 1.1

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

1. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagaiberikut:

Tabel 1.2

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
و	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tabel 1.3

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أُو	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

2. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tabel 1.4

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نا/نِي	Fathah dan Alif atau ya	A	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan Ya	I	i dan garis di atas
وُو	Kasrah dan Wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

مات : māta
رمى : ramā
قيل : qīla
يموت : yamūtu

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*



4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمٌ : *nu‘ima*

عُدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung

yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الْشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

6. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْعُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أَمْرٌ : *Umirtu*

7. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an*

(dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

8. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللهِ

Dīnullah

بِالله

billah

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ

Hum fī rahmatillāh

9. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subhānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi

- l. = Lahir tahun
- w. = Wafat tahun
- QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
- HR = Hadis Riwayat

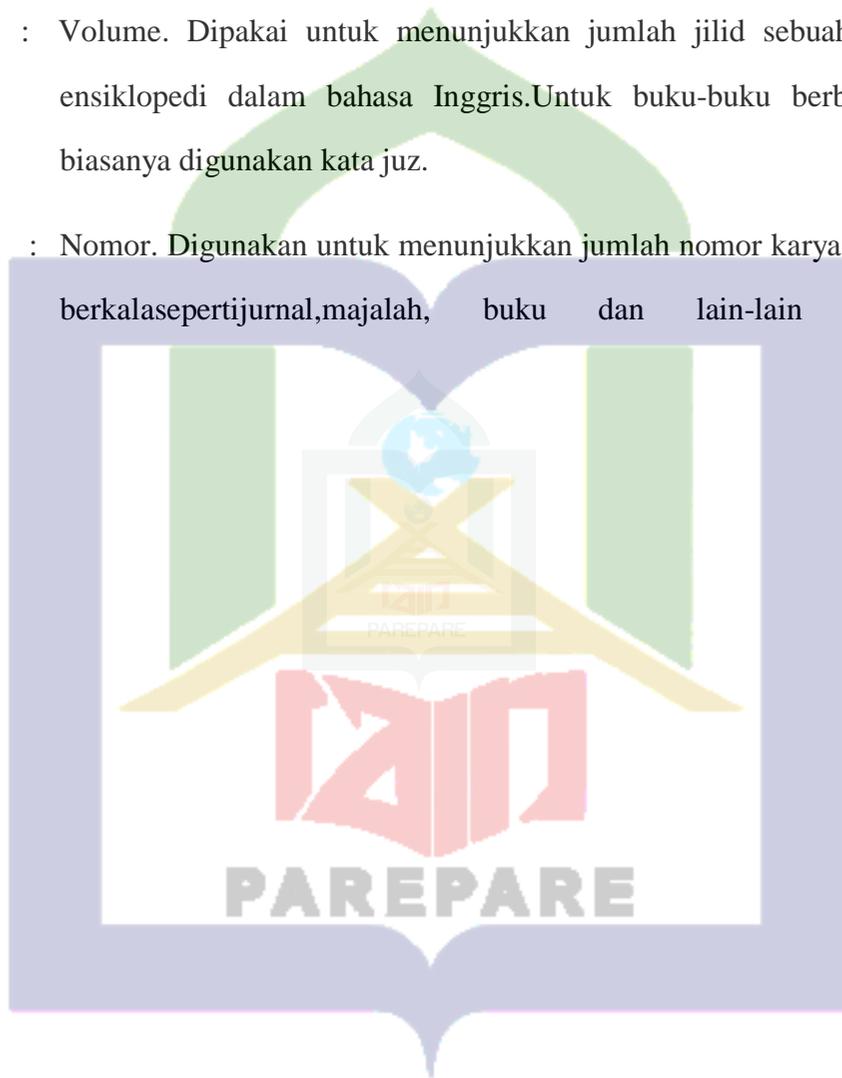
Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
ن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata *editors*] jika lebih dari satu orang *editor*). Karenadalam bahasa Indonesia kata “*editor*” berlaku baik untuk satu atau lebih *editor*, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

- Cet. : Cetak. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah yang berkalaseperti jurnal, majalah, buku dan lain-lain sebagainya.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era digital yang semakin berkembang, transformasi media massa menjadi semakin nyata dan berdampak besar pada perilaku konsumen berita di Indonesia. Laporan terbaru dari *Reuters Institute*, yaitu *Digital News Report 2022*, yang dirilis pada tanggal 15 Juni 2022, menyajikan wawasan yang penting tentang lanskap media di Indonesia. Data dalam laporan menyoroti pergeseran yang signifikan dalam cara masyarakat Indonesia mengonsumsi berita dan informasi.

Data dari laporan *Digital News Report 2022* yang diterbitkan oleh *Reuters Institute* menawarkan wawasan yang berharga tentang perilaku konsumen media di Indonesia. Konsumsi media daring di Indonesia menurut laporan, sebagian besar masyarakat Indonesia, sekitar 88 persen di tahun 2022, telah beralih ke media daring sebagai sumber utama mereka untuk berita dan informasi. Ini menunjukkan bahwa tren konsumsi berita telah berpindah dari media cetak ke *platform* digital.¹

Media daring yang paling banyak dikonsumsi, *Detik.com* menjadi media daring dengan persentase konsumsi terbesar. Sekitar 65 persen dari responden mengaku membaca *Detik.com* setidaknya sekali dalam seminggu. Peringkat ini jauh melampaui media daring lainnya, termasuk *Kompas online* yang memiliki konsumsi sebesar 48 persen. Selain *Detik.com* dan *Kompas online*, terdapat media daring lain yang cukup populer di Indonesia. *CNN Indonesia* menduduki peringkat ketiga dengan persentase konsumsi sebesar 35 persen, diikuti oleh *Tribunnews* dengan 32 persen, dan *TVOne Newsonline* dengan 30 persen. *MetroTV News online* berada di peringkat

¹Reza Pahlevi, "Ini Media *Online* Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia," <https://databoks.katadata.co.id/>, 2022, (Diakses pada tanggal 03 oktober 2023).

keenam dengan 28 persen konsumsi.

Menariknya, meskipun *Detik.com* memiliki konsumsi terbesar, *CNN Indonesia* adalah *brand* berita yang paling dipercaya oleh masyarakat Indonesia dengan tingkat kepercayaan mencapai 66 persen. *Kompas online* berada di peringkat kedua dengan tingkat kepercayaan sebesar 65 persen. Ini menunjukkan bahwa selain konsumsi kepercayaan juga merupakan faktor penting dalam memilih sumber berita daring. data ini mencerminkan perubahan signifikan dalam pola konsumsi berita di Indonesia pada tahun 2022 dengan meningkatnya dominasi media daring sebagai sumber informasi utama.

Pada perusahaan media, kini telah banyak yang berusaha beradaptasi dengan penyampaian berita dan informasi disebarkan menggunakan media konvensional atau media lama, seperti surat kabar, namun sekarang telah merambah dan beralih menggunakan media *online* (*OnlineNews*). Tidak hanya itu, perkembangan teknologi ini juga memunculkan beragam kompetitor media baru.

Data laporan *Digital News Report* yang dirilis oleh *Reuters Institute* pada tahun 2022, terdapat sejumlah temuan yang relevan dan mendalam terkait perilaku konsumen berita di Indonesia. Kini mayoritas masyarakat Indonesia, mencapai 89 persen dari responden yang diwawancarai, mengandalkan media daring sebagai sumber utama berita mereka. Media daring, khususnya media sosial, menjadi *platform* teratas yang digunakan untuk mendapatkan informasi terkini. Televisi tetap menjadi salah satu sumber berita yang signifikan, dengan 58 persen responden mengaku menonton televisi untuk memperbarui berita. Meskipun media cetak masih ada, konsumsinya lebih rendah, hanya dijadikan rujukan oleh 20 persen responden

sebagai sumber berita.²

Laporan ini juga mengungkapkan perbedaan dalam tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berbagai media. *CNN* Indonesia memimpin dengan tingkat kepercayaan tertinggi, mencapai 69 persen, diikuti oleh *Kompas* dengan 67 persen TVRI dengan 66 persen, dan *Detik.com* dengan 64 persen. Namun, data tersebut juga mencatat bahwa meskipun ada media yang dipercaya dengan baik, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita secara keseluruhan relatif rendah, hanya mencapai 39 persen.

Perangkat yang digunakan untuk mengakses berita masyarakat Indonesia cenderung memanfaatkan beragam perangkat untuk mengakses berita. Ponsel pintar merupakan perangkat yang paling umum digunakan dengan 85 persen responden mengakses berita melalui ponsel pintar. Komputer juga tetap menjadi perangkat yang signifikan dengan 37 persen responden yang menggunakan komputer untuk mengakses berita, sementara penggunaan tablet mencapai 10 persen. Laporan ini didasarkan pada kuesioner yang disebar oleh *ReutersInstitute* untuk Studi *Jurnalisme*. Penelitian tersebut dilakukan pada periode akhir Januari hingga awal Februari 2021 dan melibatkan 2.007 responden dari Indonesia.³

Data-data ini menunjukkan pola perilaku konsumen berita di Indonesia yang cenderung mengandalkan media daring, tetapi juga menyoroti tantangan dalam hal tingkat kepercayaan pada berita. Informasi tentang penggunaan perangkat juga memberikan wawasan tentang cara masyarakat mengakses berita. Dengan pemahaman ini, penelitian ini akan menjelajahi bagaimana *Pijar News* sebagai media

²Reza Pahlevi, "Ini Media *Online* Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia," <https://databoks.katadata.co.id/>, 2022, (Diakses pada tanggal 03 oktober 2023).

³Herman, *Jurnalistik Praktis* (Banda Aceh: Unsyiah, 2018), h 52.

daring dapat menghadapi dinamika ini dalam membangun segmentasi pembaca yang efektif.

Pola konsumsi berita pun mengalami perubahan signifikan. Media *online* semakin menjadi sumber utama berita bagi banyak orang. Mereka tidak lagi tergantung pada surat kabar cetak atau program berita televisi terjadwal untuk memperoleh informasi terbaru. Sebaliknya, mereka dapat dengan mudah mencari dan mengakses berita melalui situs *web* berita, aplikasi berita, atau media sosial kapan saja dan dimana saja. Ketika informasi tersedia begitu melimpah, tantangan yang muncul adalah bagaimana media *online* membedakan diri mereka sendiri, menarik perhatian pembaca, dan mempertahankan basis pembaca yang setia. Inilah tempat strategi segmentasi pembaca memainkan peran penting.⁴

Salah satu pendekatan strategis yang semakin penting dalam mengatasi tantangan ini adalah segmentasi pembaca. Segmentasi pembaca adalah proses mengelompokkan pembaca ke dalam kelompok berdasarkan karakteristik, preferensi, atau perilaku yang serupa. Ini membantu media *online* untuk lebih memahami dan merespon kebutuhan beragam pembaca mereka. Dengan memahami siapa target pembaca mereka dan apa yang mereka cari, media *online* dapat menyediakan konten yang lebih sesuai, relevan, dan menarik. Ini tidak hanya mempertahankan pembaca yang ada, tetapi juga dapat membantu dalam menarik pembaca baru.⁵

Proses segmentasi dalam konteks penelitian merupakan salah satu aspek penting dalam strategi media *online* *Pijar News* untuk memahami perilaku dan

⁴Herman, *Jurnalistik Praktis* (Banda Aceh: Unsyiah, 2018), h 52.

⁵EB Dermanto, "Strategi Redaksi Koran *Online* Sorotgunungkidul. Com Dalam Menarik Minat Pembaca Melalui Rubrik Gema Ramadhan 1437 H," *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2018, h 31.

preferensi beragam pembaca mereka. Segmentasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk melalui analisis data mengenai preferensi pembaca, intensitas interaksi dengan berbagai jenis konten, serta atribut-atribut lain yang digunakan untuk mengelompokkan pembaca ke dalam kelompok-kelompok yang lebih terdefinisi.

Strategi segmentasi pembaca yang baik, media *online* dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan berbagai kelompok pembaca. Ini juga memungkinkan mereka untuk memahami apa yang paling penting bagi setiap kelompok, dan dengan demikian, menyediakan berita dan konten yang lebih relevan dan menarik.

Selain fokus pada segmentasi pembaca, pengembangan aspek lain yang perlu diperhatikan dalam konteks penelitian ini adalah strategi pemasaran digital, inovasi konten, dan interaksi dengan *audiens*. Pemasaran digital memiliki peran krusial dalam memperluas jangkauan *Pijar News*, termasuk penggunaan media sosial, iklan daring, dan teknik pemasaran digital lainnya. Penggunaan *platform* digital sebagai sarana pemasaran dapat membantu *Pijar News* mencapai *audiens* yang lebih luas dan memperkuat kehadirannya di dunia maya.

Inovasi konten juga menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan. Seiring perubahan *trend* dan preferensi pembaca, *Pijar News* perlu terus mengembangkan konten yang menarik, informatif, dan relevan. Pemanfaatan teknologi terkini, seperti multimedia dan interaktivitas, dapat menjadi langkah inovatif dalam meningkatkan kualitas konten dan mempertahankan minat pembaca.

Interaksi dengan *audiens* adalah faktor lain yang tidak boleh diabaikan. *Pijar News* dapat memperkuat keterlibatan pembaca dengan mendorong partisipasi aktif melalui berbagai saluran, seperti komentar, forum diskusi, atau bahkan melalui kegiatan daring. Membangun hubungan yang erat dengan pembaca akan

meningkatkan loyalitas mereka terhadap *platform* berita. Maka dengan menggabungkan strategi pemasaran digital, inovasi konten, dan interaksi yang kuat dengan *audiens*, *Pijar News* dapat menghadapi persaingan dalam dunia media *online* dengan lebih efektif dan meraih pangsa pasar yang lebih besar.

Pijar News salah satu media *online* yang beroperasi dalam lanskap media yang kompleks ini. Subjek penelitian ini karena *Pijar News* mewakili banyak media *online* yang berjuang untuk menghadapi perubahan ini dan mencari strategi yang efektif dalam membangun segmentasi pembaca. Penelitian ini akan mengungkap bagaimana *Pijar News* menghadapi transformasi jurnalisme di era digital ini dan bagaimana mereka menggunakan strategi segmentasi pembaca untuk mencapai tujuan mereka.⁶

Pijar News adalah media *online* yang menyajikan berita nasional dan regional. Berdiri sejak 2008, *Pijar News* awalnya dimulai sebagai *blog* bernama "*Pijar.blogspot.com*." Seiring berjalannya waktu dan dengan pertumbuhan pengunjung yang pesat, *Pijar News* mengambil langkah penting dengan meninggalkan *platform blog* dan merancang situs *web* mereka sendiri di "*Pijar News.com*." Pada tahun 2016, *Pijar News* secara resmi berdiri di bawah naungan PT *Pijar Media Global*. Pada tahun 2020 dan 2021, media ini mendapatkan verifikasi administratif dan faktual dari Dewan Pers mengukuhkan statusnya sebagai lembaga media yang sah dan terpercaya.⁷

Keunggulan lain *PijarNews platform* berita video. Jadi selain readership yang

⁶ Alfiansyah Anwar, "Media Siber Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Pelaksanaan Kehumasan Perguruan Tinggi Keagamaan," *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 2023, h 30.

⁷ PIJARNEWS.COM, <https://www.pijarnews.com/tentang-kami/> diakses pada tanggal 26 Januari 2024.

sekarang berkisar 100 ribu- 200 ribu perbulan. *Pijar News* juga mempunyai *Channel* yang telah memiliki 16.700 *subscriber* dan *fanebage Facebook Pijar News* dengan 4.5600 *followers* dan 3.880 *like*. dan membangun *image*-nya dengan judul berita yang unik sehingga media yang dekat dengan pembaca menarik perhatian pembacanya.

Pijar News telah berhasil membangun identitas merek yang kuat dan membedakan di pasar media *online*.Salahsatu ciri khasnya adalah fokus pada konten berita yang informatif, terpercaya, dan relevan dengan isu-isu terkini. *Pijar News* juga membedakan dirinya melalui gaya penyajian yang menarik dan mudah dipahami, menargetkan segmen pembaca yang mencari informasi dengan cara yang ringkas dan menarik.

Selain itu, elemen desain visual dan tata letak halaman *Pijar News* turut memperkuat *brand image*.Penggunaan warna dan grafis yang cerdas menciptakan identitas visual yang mudah dikenali dan memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan.Keberlanjutan dalam memberikan konten berkualitas dan interaktif juga menjadi bagian integral dari strategi merek *Pijar News* membangun kepercayaan dan loyalitas pembaca.

Pentingnya partisipasi pembaca dalam memberikan tanggapan, komentar, dan berpartisipasi dalam diskusi juga menjadi faktor pembeda.*Pijar News* menciptakan ruang untuk interaksi dua arah antara pembaca dan redaksi, menciptakan hubungan yang lebih erat dan berkelanjutan antara *platform* berita. *Pijar News* membedakan dirinya sebagai merek media *online* yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga menciptakan komunitas pembaca yang terlibat dan aktif.

Pijar News menjadi fokus penelitian ini yang menjadi contoh nyata dari bagaimana media *online* berjuang untuk memahami perilaku pembaca mereka,

mengidentifikasi preferensi mereka, dan membangun strategi segmentasi pembaca yang efektif dalam menghadapi perubahan lanskap media digital.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana *Pijar News* menghadapi transformasi jurnalisme di era digital dengan fokus pada strategi segmentasi pembaca mereka. Penelitian ini akan memberikan pemahaman tentang bagaimana cara mengidentifikasi dan mengelompokkan kelompok pembaca berdasarkan karakteristik dan preferensi yang berbeda, serta bagaimana memanfaatkan data dan teknologi untuk mencapai tujuan ini

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis sampaikan di atas, maka dalam penelitian ini mengajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi media *online Pijar News* membangun segmentasi pembaca?
2. Bagaimana bentuk segmentasi pembaca di dalam strategi media *online Pijar News*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi media *online Pijar News* membangun segmentasi pembaca.
2. Untuk mengetahui bentuk segmentasi pembaca di dalam strategi media *online Pijar News*

D. Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan

referensi dalam memperkaya wawasan sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat untuk mengetahui bagaimana strategi media *online Pijar News* dalam Membangun segmentasi pembaca untuk *audiens*. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi pengetahuan bagi para praktisi yang profesional di dunia jurnalisme *online*, terutama bagi tim editorial *Pijar News* dalam melaksanakan tugas mereka dalam mengelola media ini.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis yang berarti bagi pembaca dengan mengungkapkan strategi media *online Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca untuk *audiens*. Dengan memahami secara mendalam karakteristik, preferensi, dan kebutuhan pembac. *Pijar News* dapat menyajikan konten yang lebih relevan dan sesuai dengan *ekspektasi* masing-masing segmen. Sehingga, pembaca dapat menikmati pengalaman berita yang lebih personal dan memuaskan. Dalam konteks ini, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang bagaimana media *online* dapat meningkatkan kualitas pelayanan informasi, tetapi juga memberikan pembaca akses lebih baik terhadap konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Selain itu, pemahaman yang lebih baik terhadap strategi segmentasi pembaca dapat membantu pembaca merasa lebih terhubung dengan informasi yang disajikan oleh *Pijar News*, meningkatkan keterlibatan mereka dalam dunia berita digital.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pada tahap ini, dijelaskan penelitian-penelitian lain yang sesuai atau berkesinambungan dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Hal ini merupakan bagian dari upaya menelaah hasil-hasil penelitian yang terkait dengan objek penelitian yang akan dilaksanakan. Adapun penelitian yang cukup berkesinambungan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Qholiva Yuni Fadilla dengan judul “*Transformasi Media Cetak Lokal di Indonesia: Konvergensi Media Kedaulatan Rakyat*” merupakan sebuah studi kasus yang bertujuan untuk menginterpretasikan dan mendeskripsikan konvergensi media yang diterapkan oleh Kedaulatan Rakyat. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka dengan fokus pada teori konvergensi media.⁸

Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa Kedaulatan Rakyat menerapkan konvergensi media dengan jenis *Newsroom 3.0*, yang juga dikenal sebagai *integrated Newsroom*. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa Kedaulatan Rakyat masih mempertahankan tradisi-tradisi konservatif dalam strategi penerapan konvergensi media. Hal ini mencerminkan adanya pengaruh elemen-elemen dari masa lalu yang tetap memengaruhi cara mereka beroperasi dalam era konvergensi media.

⁸Qholiva Yuni, “Tranformasi Media Cetak Lokal di Indonesia: Konvergensi Media Kedaulatan Rakyat,” *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2019, h 23.

Relevansi penelitian ini terletak pada pemahaman tentang bagaimana media lokal seperti Kedaulatan Rakyat bertransformasi dalam menghadapi era konvergensi media. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, di mana penelitian sebelumnya lebih menekankan pada model konvergensi yang diterapkan oleh Kedaulatan Rakyat dalam konteks media cetak, sedangkan penelitian ini lebih menitikberatkan pada transformasi media *online* dalam konteks konvergensi media. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan tambahan tentang perubahan media dalam konteks yang berbeda, khususnya dalam era digital.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Satria Sakti, yang berjudul "*Strategi Portal Berita Tribun-Timur.com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak*," difokuskan pada proses interaksi dalam komunikasi massa yang bersifat satu arah antara media massa, dalam hal ini portal berita Tribun-Timur.com, dan khalayak. Penelitian ini mencakup teknik liputan dan penyajian informasi yang digunakan oleh portal Tribun Timur dalam memberikan berita kepada pembacanya.⁹

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pemberitaan yang dilakukan oleh portal berita *online* *Tribun-Timur.com* dianggap memiliki tingkat kredibilitas yang cukup tinggi. Pengelolaan situs *web* berita yang dilakukan secara profesional, teknik liputan yang diterapkan, dan penyajian berita memiliki ciri khas tersendiri. Di antara ciri khas tersebut termasuk akurasi berita, kecepatan dalam memberikan pemberitaan, dan responsif terhadap kebutuhan pembaca oleh *Tribun-Timur.com*

⁹Satria Sakti, "Strategi Portal Berita Tribun-Timur.Com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak," *UIN Alauddin Makkassar*, 2015, h 45.

Meskipun ada persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang telah disebutkan, yaitu pembahasan mengenai strategi dalam menyajikan berita, terdapat perbedaan yang signifikan dalam fokus penelitian keduanya. Perbedaan utama terletak pada penekanan penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Satria Sakti tidak memusatkan perhatian pada cara media *online* membangun segmentasi pembaca dan transformasi yang terjadi di era digital seperti penelitian sebelumnya. Sebaliknya, penelitian Satria Sakti lebih menekankan pada proses interaksi dalam komunikasi massa dan teknik peliputan yang digunakan oleh portal berita *Tribun-Timur.com*. Dengan demikian, meskipun tema yang sama diangkat dalam kedua penelitian ini, yaitu mengenai media *online* dan komunikasi massa, fokus penelitian keduanya yang berbeda menghasilkan wawasan yang berbeda pula dalam konteks media *online* dan komunikasi massa.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muntia Hartati, berjudul "*Strategi Manajemen Redaksi Majalah Grazia Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Industri Majalah Lisensi Asing*," merupakan sebuah skripsi yang membahas implementasi strategi redaksi oleh Majalah Grazia Indonesia dalam menghadapi persaingan industri majalah lisensi asing. Dalam penelitian ini, Muntia Hartati menjelaskan bagaimana Majalah Grazia Indonesia mengelola manajemen redaksi untuk bersaing dengan majalah-majalah lisensi asing.¹⁰

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang berfokus pada strategi manajemen redaksi Majalah Grazia Indonesia dalam menghadapi persaingan dengan majalah lisensi asing.

¹⁰Hartati, "Strategi Manajemen Redaksi Majalah Grazia Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Industri Majalah Lisensi Asing," *Digital Repository Unila*, 2017, h 21.

Penelitian ini mencakup aspek-aspek seperti fungsi manajemen redaksi, tahapan peliputan, penulisan, penyuntingan, dan kebijakan redaksional, dengan merujuk pada teori manajemen redaksi yang dikembangkan oleh George R. Terry.

Hasil penelitian tersebut mengungkap bahwa manajemen redaksi Majalah Grazia Indonesia menerapkan berbagai strategi yang berbeda dalam menjalankan fungsi manajemennya. Kombinasi strategi ini membantu Majalah Grazia Indonesia untuk bersaing dengan sukses dalam industri majalah lisensi asing.

Meskipun terdapat persamaan antara penelitian Muntia Hartati dan skripsi penyusun sebelumnya, yaitu fokus pada strategi media, perbedaannya terletak pada objek penelitian. Skripsi ini lebih memusatkan perhatian pada media cetak, khususnya majalah, serta menekankan aspek manajemen redaksi dalam konteks persaingan dengan majalah lisensi asing. Dengan demikian, kedua penelitian tersebut memberikan wawasan yang berbeda dalam konteks media dan strategi persaingan.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Sosial *Marketing* Philip Kotler

Menurut Philip Kotler Pemasaran merupakan konsep menyeluruh yang menyangkut berbagai kegiatan pemasaran yang tercakup dalam satu sistem pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Pemasaran merupakan proses yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran telah dipandang

sebagai unsur penting didalam mendirikan dan membina perusahaan-perusahaan. Dengan lingkungan dunia usaha yang semakin kompetitif dan sifat pasar berubah dari sales market menjadi buyer market atau kekuatan pasar ditangan konsumen. Sehingga kegiatan perusahaan mengalami penyesuaian dari orientasi produksi menjadi orientasi konsumen. Pemasaran tidak terbatas pada dunia bisnis saja, karena sebenarnya setiap hubungan antar individu dan antar organisasi yang melibatkan proses pertukaran adalah kegiatan pemasaran.¹¹

Pada strategi media *online Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca, variabel *Marketing mix* yang relevan adalah produk dan promosi. Produk merujuk pada barang atau jasa yang ditawarkan oleh *Pijar News* kepada pembaca mereka, sementara promosi mencakup aktivitas yang dilakukan oleh *Pijar News* untuk mengkomunikasikan nilai dan informasi kepada pembaca mereka.

Penggunaan objek penelitian ini sejalan dengan fokus pada pengaruh *brand image* dan *celebrity endorsement* terhadap minat pembaca terhadap produk yang ditawarkan. Ini memungkinkan untuk memahami bagaimana *Pijar News* dapat memanfaatkan produk dan promosi dalam strategi media *online* mereka untuk membangun segmentasi pembaca yang lebih efektif antara lain:

a. Produk

Produk adalah merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran. Produk dapat berupa barang atau jasa. Jika tidak ada produk, tidak ada pemindahan hak milik maka tidak ada marketing. Satu hal yang perlu diperhatikan ialah, bagaimana hebatnya

¹¹Riana Putri Ayu, "ANALISIS MARKETING MIX-7P TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PHOTOGRAPHY DAN SINEMATOGRAFI DI AKHMADMAXI PHOTOGRAPHY.," *Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*, 2014, h 21.

usaha promosi, distribusi, dan harga yang murah, jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu, disenangi oleh konsumen, maka usaha-usaha bauran pemasaran ini tidak akan berhasil. Oleh sebab itu perlu dikaji, produk apa yang akan dipasarkan, bagaimana selera konsumen masa kini, apa kebutuhan dan keinginan mereka.¹²

Pada konteks ini produk tidak hanya merujuk pada berita atau konten yang disajikan oleh *Pijar News*, tetapi juga mencakup merek atau *brand* yang terkait dengan media *online* tersebut. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana merek *Pijar News* memengaruhi segmentasi pembaca menjadi fokus penelitian ini. Oleh karena itu, aspek merek (*brand*) menjadi elemen penting dalam strategi media *online* untuk membangun segmen pembaca yang lebih baik dan relevan.

b. Brand

Konsep *brand* atau merek memiliki peran penting. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, *brand* adalah identitas yang unik dari suatu produk, termasuk dalam hal ini media *online* seperti *Pijar News*. Konsumen melihat *brand* sebagai elemen yang dapat menambah nilai produk dan mewakili hubungan antara perusahaan dan konsumen. Pada pengelolaan strategi media *online*, ada beberapa aspek penting terkait dengan *brand*:

1. *Brand Equity* (Ekuitas Merek)

Brand equity mencerminkan bagaimana konsumen merespons produk dan pemasarannya berdasarkan pengetahuan mereka tentang perbedaan yang dimiliki oleh merek tersebut. Dalam konteks *Pijar News*, hal ini mengacu pada sejauh mana

¹²Riana Putri Ayu, "ANALISIS MARKETING MIX-7P TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PHOTOGRAPHY DAN SINEMATOGRAFI DI AKHMADMAXI PHOTOGRAPHY.," *Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*, 2014, h 29.

pembaca mengidentifikasi dan merasakan perbedaan yang ada pada merek ini dibandingkan dengan media *online* lainnya. Faktor seperti perbedaan, relevansi, pengetahuan, dan penghargaan konsumen terhadap merek ini menjadi penting dalam memahami kekuatan *brand equity*.

2. *Brand Value* (Nilai Merek)

Nilai merek adalah penilaian finansial atas *brand*. Pada konteks *Pijar News*, hal ini berarti menilai sejauh mana merek ini bernilai di pasar berdasarkan jumlah pembaca dan tingkat pengenalan merek tersebut. Merek yang kuat memiliki manfaat bagi perusahaan, seperti konsumen yang sadar akan merek dan loyal, kemampuan untuk berinteraksi dengan pihak yang menjual produk, dan perlindungan hukum terhadap peniruan.

Selain itu, manfaat merek bagi pembaca *Pijar News* melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi dan memilih produk yang diinginkan, meningkatkan konsistensi dalam keputusan pembelian, membantu perusahaan memahami segmentasi pasar yang dituju, serta memberikan perlindungan hukum terhadap upaya peniruan atau pelanggaran merek. Semua ini menunjukkan bahwa *brand* menjadi elemen kunci dalam upaya memahami dan membangun segmentasi pembaca yang efektif.

c. *Brand Image*

Setiap produk yang terjual di pasaran memiliki citra tersendiri di mata konsumennya yang sengaja diciptakan oleh pemasar untuk membedakannya dari para pesaing menurut Kotler dan Keller dalam jurnal Agis Agisnawati, citra merek dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika

mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek, sama halnya ketika seseorang berpikir tentang orang lain. Asosiasi tersebut dapat dikonseptualisasi berdasarkan jenis, dukungan, kekuatan, dan keunikan. Jenis asosiasi merek meliputi atribut, manfaat, dan sikap. Atribut terdiri dari atribut yang berhubungan dengan produk, misalnya harga, pemakai, dan citra penggunaan. Sedangkan manfaat mencakup manfaat secara fungsional, manfaat secara simbolis, dan manfaat berdasarkan pengalaman. Sebuah produk yang dapat mempertahankan citranya agar lebih baik.¹³

d. Promosi

Menurut Philip Kotler, promosi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang mereka tawarkan kepada konsumen. Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran (*Marketing mix*) dan terdiri dari berbagai alat komunikasi, termasuk *Advertising*, *Sales Promotion*, *Personal Selling*, *Public Relations*, Dan *Direct Marketing*.¹⁴ Pada konteks penelitian ini, masing-masing alat promosi dapat diartikan sebagai berikut:

1. *Advertising* (Periklanan), Salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa ini mencakup segala bentuk presentasi berbayar dari ide, barang, atau jasa oleh sponsor. Dalam kasus *Pijar News*, advertising dapat merujuk pada upaya mereka untuk

¹³Agis Agisnawati, "PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK PADA ONLINE SHOP (Studi Kasus Konsumen Online Shop Shopee Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara).," *Skripsi Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2021, h 21–22.

¹⁴D Fadillah, "Model Komunikasi 'WOM' Sebagai Strategi Pemasaran Efektif," *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 2015. h 23.

mempromosikan layanan berita *online* mereka kepada *audiens* melalui iklan berbayar.

2. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) melibatkan penggunaan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Dalam konteks media *online*, ini dapat mencakup penawaran khusus atau program keanggotaan yang dirancang untuk meningkatkan partisipasi pembaca dalam *platform*.
3. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat) merupakan kiat pemasaran penting lainnya dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar. Dalam penelitian ini, ini dapat merujuk pada cara *Pijar News* membangun citra positif dan menjalin hubungan yang baik dengan pembaca dan masyarakat luas.
4. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung), merupakan jenis pemasaran dengan cara menemui langsung konsumen guna menjelaskan atau memberitahukan tentang produk. Dalam konteks *Pijar News*, *direct marketing* dapat mencakup penggunaan email, pesan teks, atau komunikasi langsung lainnya dengan pembaca untuk mempertahankan keterlibatan mereka.¹⁵

Pada konteks ini, penting untuk memahami bagaimana *Pijar News* menggunakan berbagai alat promosi ini untuk membangun segmentasi pembaca mereka dan meningkatkan keterlibatan pembaca dalam *platform* media *online* mereka.

¹⁵sisca Syam, "Pengaruh Bauran Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Di Pt. Bosowa Berlian Motor Cabang Palopo.," *Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Palopo.*, 2020, h 15-16.

C. Kerangka Konseptual

1. Strategi Media *online*

a. Pengertian Strategi

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani klasik, yaitu "*stratos*," yang berarti tentara, dan kata "*agein*," yang berarti memimpin. Oleh karena itu, strategi awalnya merujuk pada seni memimpin tentara atau konsep militer yang bertujuan untuk merancang rencana terbaik dalam peperangan. Ini sebagian besar terkait dengan seni perang para jenderal atau "Seni Jenderal," di mana prinsip utamanya adalah "mengetahui apa yang akan dilakukan musuh sebelum mereka melakukannya."¹⁶

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr., konsep strategi dapat didefinisikan dari dua perspektif yang berbeda. Pertama, dari perspektif apa yang diinginkan oleh suatu organisasi (*intends to do*), strategi adalah rencana atau program untuk menetapkan tujuan organisasi, mencapainya, dan mengimplementasikan misi organisasi tersebut. Ini berarti bahwa manajer berperan aktif, sadar, dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.¹⁷

Dari perspektif yang dilakukan oleh organisasi (*eventually does*), strategi adalah pola respons atau tanggapan organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Strategi memberikan arah yang konsisten bagi seluruh anggota organisasi, sehingga keputusan yang diambil didasarkan pada panduan strategis. Ketika konsep strategi tidak jelas, keputusan cenderung bersifat subyektif atau intuitif, mengabaikan aspek strategis yang penting.

¹⁶DF Kusuma dan MS Sugandi, "Strategi Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts," *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2018, h 61.

¹⁷D Hendrik, "Analisis Strategi Komunikasi Promosi Penjualan PT. Kredit Plus Pekanbaru," *Universitas Islam Riau.*, 2017, h 31.

Menurut Rangkuti, strategi merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan, terutama untuk membantu perusahaan memahami secara objektif kondisi internal dan eksternalnya. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk bersiap menghadapi tantangan yang mungkin muncul dari lingkungan eksternalnya. Strategi dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yang sesuai dengan kerangka pemikiran Koten:

1. *Corporate Strategy* (strategi organisasi)

Corporate Strategy berhubungan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif-inisiatif strategis baru. Ini melibatkan pengidentifikasian apa yang akan dilakukan oleh organisasi dan untuk siapa.

2. *Program Strategy* (Strategi program)

Program strategy lebih menekankan pada dampak strategis dari program tertentu. Ini mencoba memahami implikasi dari meluncurkan atau memperkenalkan program tertentu, dan bagaimana dampaknya terhadap sasaran organisasi.

3. *Resource Support Strategy* (strategi pendukung sumber daya)

Strategi pendukung sumber daya fokus pada memaksimalkan pemanfaatan sumber daya esensial yang tersedia. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kinerja organisasi dengan memanfaatkan sumber daya seperti tenaga kerja, keuangan, teknologi, dan lainnya.

4. *Institusional Strategy* (strategi kelembagaan)

Strategi institusional berfokus pada pengembangan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategis. Ini melibatkan pembangunan kelembagaan dalam rangka mendukung pencapaian tujuan strategis.¹⁸

Pada konteks tentang transformasi jurnalisme di era digital dan strategi media *online Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca, pemahaman tentang jenis-jenis strategi ini dapat membantu dalam mengevaluasi bagaimana media *online* menghadapi tantangan dan memanfaatkan sumber daya mereka untuk mencapai tujuan dan memahami *audiens* mereka dengan lebih baik.¹⁹

b. *Media Online*

Perkembangan media *online* kini menjadi ancaman bagi koran dan media cetak. Pesatnya perkembangan internet telah mendorong masyarakat untuk mengakses media *online* secara mudah melalui *Handphone*, atau gadget. Media cetak mulai terancam keberadaannya, pembaca setia media cetak kemungkinan akan beralih ke media *online*. Realita tersebut memang mengancam penerbit media cetak, namun media cetak memiliki karakter yang khas yaitu: berita yang jelas, lengkap dan terperinci, selain itu selama berabad-abad, media cetak telah mengiringi perkembangan peradaban manusia, sehingga tidak mudah dilupakan. Media *online* memang cepat, *update* dan *continuous*, namun berita ini hanya dapat diakses dengan menggunakan alat canggih dan belum semua masyarakat memiliki alat tersebut dan

¹⁸DF Kusuma dan MS Sugandi, "Strategi Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts," *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2018, h 64.

¹⁹Qholiva Yuni, "Tranformasi Media Cetak Lokal Di Indonesia: Konvergensi Media Kedaulatan Rakyat."

memahami teknologi. Kendati demikian, media cetak telah melakukan antisipasi dini dengan membuat media *online* untuk mendampingi media cetak yang diterbitkan.²⁰

Mulai bergesernya kebiasaan konsumen mengonsumsi media baru yang menggunakan koneksi internet dan mulai meninggalkan media tradisional menjadi ancaman tersendiri bagi keberlangsungan media cetak. Meskipun media *online* belum dapat diakses oleh semua kalangan karena masih ada beberapa daerah yang koneksi internetnya terbatas, tetap saja media cetak mengantisipasi kehadiran media *online* dengan melakukan berbagai upaya, salah satunya adalah dengan konvergensi media.

c. Karakteristik sekaligus keunggulan media *online*

Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* dibandingkan dengan media konvensional atau media cetak strap elektronik identik dengan karakteristik jurnalistik *Online* antara lain:

1. Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita atau informasi dalam bentuk teks, audio, video, geografis dan gambar secara bersamaan.
2. Aktualitas berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajiannya
3. Cepat, begitu posting atau di-upload, langsung bisa diakses semua orang.
4. *Update*, pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik-ejaan. Kita belum menemukan istilah adalah dalam "ralat" di media *online* sebagai sebagaimana sering muncul di media cetak. informasi pun disampaikan secara terus-menerus .
5. Kapasitas luas, halaman *web* bisa menampung naskah sangat panjang.

²⁰S Kusuma, "Posisi Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media *Online* Di Indonesia," *Jurnal InterAct*, 2016, h 78.

6. Fleksibilitas, pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa Kapan saja setiap hari.
7. Luas, menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
8. Interaktif, dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.²¹

Karakteristik media *online* yang telah disebutkan adalah bahwa media *online* memiliki sejumlah keunggulan yang membuatnya menjadi *platform* yang kuat dan efisien untuk menyajikan berita dan informasi. Multimedia memungkinkan penyajian informasi yang beragam, sementara aktualitas dan kecepatan dalam penyampaian informasi menjadikan media *online* sebagai sumber berita yang sangat responsif.

Kemampuan untuk melakukan pembaruan dengan cepat dan kapasitas luas dalam menampung konten menjadikan media *online* sangat fleksibel dalam pemuatan dan pengeditan berita. Keleluasaan dalam jadwal terbit juga memungkinkan informasi disampaikan secara terus-menerus.

Selain itu, jangkauannya yang luas hingga seluruh dunia berkat akses internet menjadikan media *online* sebagai alat yang kuat untuk mencapai *audiens global*. Terakhir, unsur interaktif melalui fasilitas komentar dan chat room memungkinkan pembaca untuk berpartisipasi aktif dalam berita dan interaksi dengan penyedia konten. Karakteristik karakteristik ini, media *online* terus mengalami pertumbuhan dan berperan penting dalam penyebaran informasi di era digital saat ini.

2. *pijar news*

"PT Pijar Media Global, merupakan perusahaan pers yang mengelola mediasitus berita (Siber) PIJARNEWS.COM. Media ini beroperasi sejak tahun 2015 dan sudah berbadan hukum dari Kemenkumham. PIJARNEWS juga tergabung

²¹Azhmy Fawzi, "SALING PENGARUH ANTARA JURNALISTIK ONLINE, MEDIA SOSIAL DAN GENERASI Z," *PROSIDING SEMINAR NASIONAL TETAMEKRAF*, 2022, h 109–10.

dalam organisasi Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) yang merupakan konstituen Dewan Pers. Ditahun 2020, PIJARNEWS bekerjasama dengan Google News Initiative. Wartawan PIJARNEWS juga dibekali Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki standar kompetensi wartawan. Pimpinan Redaksinya kini mengantongi Sertifikat Ujian Kompetensi Wartawan (UKW) Utama dari Dewan Pers.

Untuk mengembangkan penyebaran berita dan informasi, PIJARNEWS melakukan inovasi. Tak hanya fokus pada penulisan berita, keunggulan lain PIJARNEWS.COM adalah platform berita video. Jadi selain readership yang kini berkisar 100 ribu 200 ribu per bulan, kami juga punya PIJARCHANNEL yang telah memiliki 16.700 subscriber dan Fanpage Facebook PijarNews dengan 4.560 follower dan 3.880 total like dan sosial media lainnya.

Inovasi yang dilakukan PIJARNEWS merupakan tuntutan di tengah kemajuan teknologi informasi agar informasi bisa terpublikasi cepat dan mudah dicerna masyarakat. Disamping mengelola pemberitaan, PIJARNEWS dapat dijadikan media partner dalam mensosialisasikan program dan kemajuan pembangunan serta menaikkan citra (elektabilitas) pemerintah, perusahaan dan organisasi dalam bentuk iklan advertorial dan banner.

4. Segmentasi Pembaca

Segmentasi pembaca adalah proses membagi *audiens* atau pembaca suatu media atau publikasi menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan berbagai karakteristik, preferensi, atau perilaku yang berbeda. Tujuan dari segmentasi pembaca adalah untuk lebih memahami *audiens* dan memberikan konten yang lebih relevan serta personal kepada setiap kelompok. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan pembaca, mempermudah penargetan iklan, dan memungkinkan media

atau penerbit untuk memberikan pengalaman yang lebih khusus kepada berbagai kelompok pembaca mereka. Segmentasi pembaca dapat berdasarkan berbagai faktor, termasuk usia, jenis kelamin, lokasi geografis, minat, perilaku pembaca *online*, dan banyak lagi.

1. Manfaat Segmentasi Pembaca
- b. Pembahasan sebelumnya dijelaskan tujuan utama perlu dilakukannya segmentasi pasar yang nantinya diharapkan mampu membawa keuntungan-keuntungan seperti yang dijelaskan oleh Kasali (1998), yaitu :
 1. Mendisain produk-produk yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar.
 2. Menganalisis pasar. Segmentasi pasar membantu eksekutif mendeteksi siapa saja yang menjadi pesaingnya dalam pasar.
 3. Menemukan peluang (*niche*). Setelah menganalisis pasar, perusahaan yang menguasai konsep segmentasi dengan baik akan sampai pada ide untuk menemukan peluang.
 4. Menguasai posisi yang superior dan kompetitif.
 5. Menentukan strategi komunikasi yang efektif dan efisien.

12 Menurut Kasali, selain memberikan manfaat yang besar, dalam menerapkan segmentasi pasar ada keterbatasan-keterbatasannya. Keterbatasan-keterbatasan tersebut antara lain: 1. Beban biaya lebih besar 2. Memerlukan komitmen korporat 3. Menyediakan informasi yang umum, bukan individual.²²

Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip segmentasi pembaca ini, media *online* seperti *Pijar News* dapat lebih baik memahami pembaca mereka, menghadirkan konten yang lebih relevan, dan memaksimalkan penggunaan sumber

²²Sesilia Fajar (2013) Handayani, "SEGMENTASI PASAR WARUNG BURJO DIKAWASAN BABARSARI KHUSUSNYA DAERAH KLEDOKAN DAN TAMBAK BAYAN.," *Skripsi UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA*, 2013, h 11–12.

daya mereka untuk meningkatkan keterlibatan pembaca dan keberlanjutan bisnis mereka.

2. Jenis Perilaku Pembaca

Adapun tujuan membaca, salah satunya diungkap oleh Taringan dalam, yaitu sebagai berikut.

Lingkungan masyarakat tertentu membaca merupakan kegiatan sehari-hari yang dilakukan sebagai kebiasaan atau bahkan kebutuhan disamping kebutuhan pokok lainnya seperti makan dan minum. Lingkungan tersebut adalah lingkungan terpelajar seperti para cendekiawan, para umur 37-60 pemerintah, pengusaha besar, guru, wartawan, mahasiswa, penulis, dan sebagainya. Tujuan membaca memang sangat beragam, bergantung pada situasi dan berbagai kondisi pembaca. Akhadiyah (1991: 24-25) secara umum tujuan ini dapat dibedakan sebagai berikut:

- a. Salah satu tujuan membaca ialah untuk mendapatkan informasi.
- b. Ada orang-orang tertentu yang membaca dengan tujuan agar citra dirinya meningkat. Mereka ini mungkin membaca karya para penulis kenamaan, bukan karena berminat terhadap karya tersebut melainkan agar orang memberikan nilai positif terhadap diri sendiri.
- c. Ada kalanya orang membaca untuk melepaskan diri dari kenyataan, misalnya pada saat ia merasa jenuh, sedih, bahkan putus asa.
- d. Mungkin juga orang membaca untuk tujuan rekreatif, untuk mendapat kesenangan atau hiburan, seperti halnya menonton film atau bertamasya. Bacaan yang dipilih untuk tujuan ini ialah bacaan-bacaan ringan atau

sejenis bacaan yang disukainya, misalnya cerita tentang cinta, petualangan, dan sebagainya.

- e. Kemungkinan lain, orang membaca tanpa ada tujuan apa-apa hanya karena iseng tidak tahu apa yang akan dilakukan: jadi hanya sekedar untuk merintang waktu.
- f. Tujuan membaca yang tinggi ialah untuk mencari nilai-nilai keindahan atau pengalaman estetis dan nilai-nilai kehidupan lainnya.²³

Dengan memahami perilaku pembaca ini, *Pijar News* dapat merancang strategi pemasaran dan konten yang lebih spesifik, memenuhi kebutuhan dan preferensi masing-masing kelompok pembaca ini dalam upaya membangun segmentasi pembaca yang lebih efektif.

3. Klasifikasi Segmentasi Pembaca

Segmentasi pembaca mencakup proses mengelompokkan *audiens* berdasarkan karakteristik, preferensi, dan perilaku tertentu. Klasifikasi segmentasi pembaca dapat dilakukan melalui beberapa dimensi yang relevan. Berikut adalah penjelasan mengenai klasifikasi segmentasi pembaca:

a. Demografis

Melibatkan karakteristik demografis pembaca seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan. Dengan memahami demografi pembaca, *Pijar News* dapat menyesuaikan konten dan strategi pemasaran untuk mencapai segmen yang spesifik.

²³Irawati Nanik, "HUBUNGAN ANTARA KETERAMPILAN MEMBACA NYARING DENGAN PEMAHAMAN BACAAN PADA SISWA KELAS II SD NEGERI SE-GUGUS CANDIREJO KECAMATAN SEMANU KABUPATEN GUNUNGKIDUL," *Thesis, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.*, 2012, h 10–11.

b. Geografis

Segmentasi berdasarkan lokasi geografis, seperti negara, kota, atau wilayah. Ini membantu *Pijar News* untuk menyesuaikan kontennya dengan isu-isu lokal atau regional yang relevan bagi pembaca di area tertentu.

c. Psikografis

Melibatkan aspek-aspek psikologis dan gaya hidup pembaca. *Pijar News* dapat mengklasifikasikan pembaca berdasarkan nilai-nilai, minat, dan pola perilaku, memungkinkan mereka untuk menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi psikologis pembaca.

d. Perilaku Konsumen

Segmentasi berdasarkan pola pembacaan, frekuensi kunjungan, dan interaksi dengan konten. Pembaca yang sering berinteraksi dengan berbagai topik atau selalu memberikan umpan balik mungkin membentuk segmen berbeda dibandingkan dengan pembaca yang hanya mengakses informasi tertentu.

e. Teknologi dan *Platform*

Klasifikasi pembaca berdasarkan preferensi teknologi dan *platform* yang mereka gunakan untuk mengakses berita *online*. Misalnya, pembaca yang lebih suka membaca berita melalui aplikasi ponsel cerdas mungkin berbeda dengan mereka yang lebih suka menggunakan situs *web*.

f. Kategori Minat

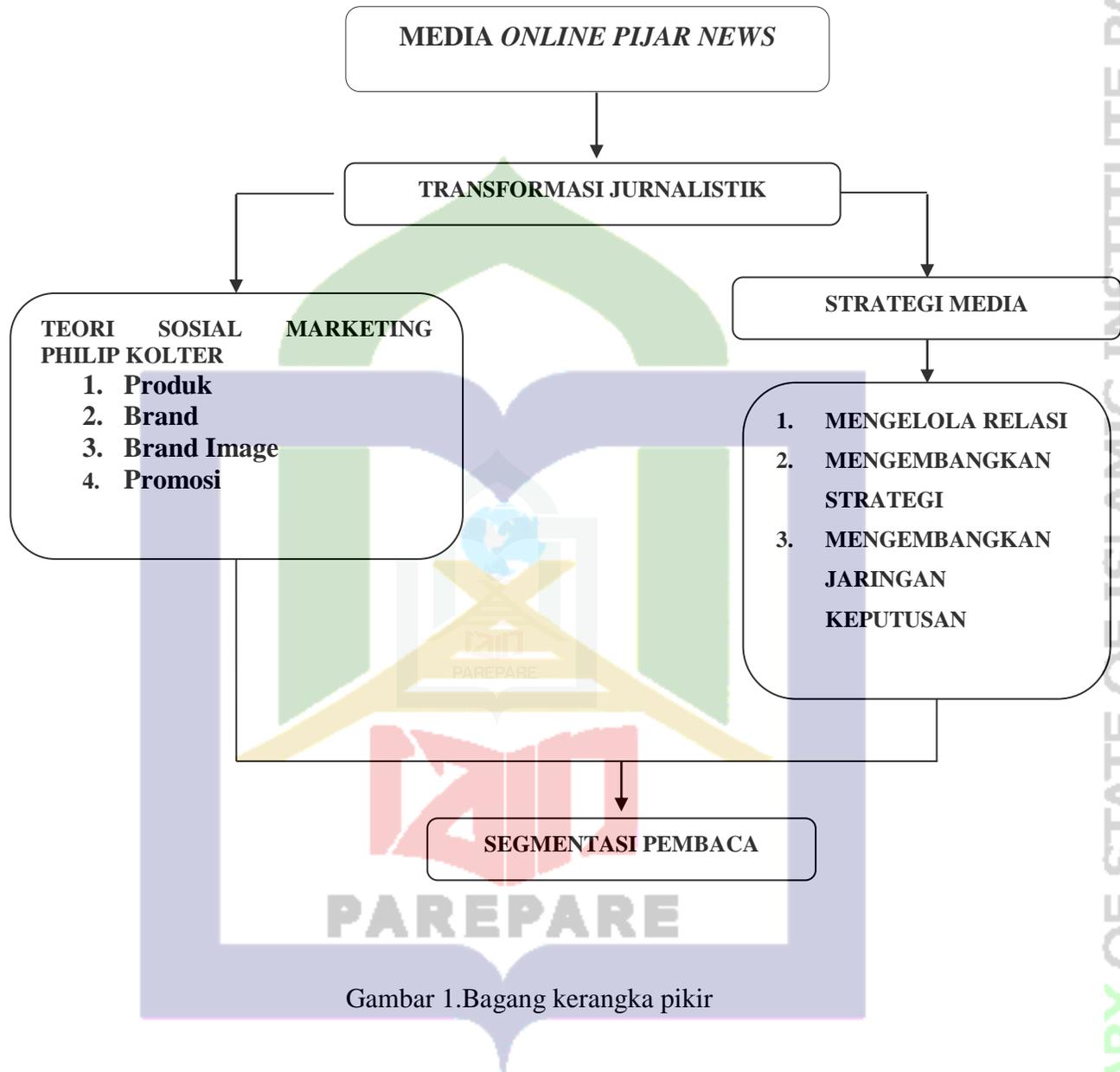
Segmentasi berdasarkan minat khusus, seperti olahraga, politik, bisnis, atau hiburan. *Pijar News* dapat menyusun konten yang sangat sesuai dengan minat kategori tertentu untuk mencapai *audiens* yang lebih terfokus.²⁴

Dengan memahami dan mengklasifikasikan pembaca dalam kategori-kategori ini, *Pijar News* dapat merancang strategi yang lebih terfokus dan disesuaikan, meningkatkan relevansi konten, dan memperkuat hubungan dengan segmen pembaca yang berbeda.



²⁴RIZKI WIJANARKO, "ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA PELANGGAN PT SRI VARIA WISATA TOUR AND TRAVEL," *Thesis, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA.*, 2017, h 9–10.

D. Kerangka Pikir



Gambar 1. Bagang kerangka pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan penguraian data dalam bentuk narasi atau kata-kata, seperti hasil wawancara atau observasi. Dalam konteks penelitian ini, metode kualitatif digunakan untuk memahami dengan mendalam objek penelitian, yakni transformasi jurnalisme dalam media *online Pijar News* di era digital.²⁵

Selain itu, penelitian ini juga merupakan penelitian lapangan. Penelitian lapangan melibatkan pengumpulan data secara langsung dari objek penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif dan terperinci. Dalam konteks penelitian mengenai transformasi jurnalisme di era digital, penelitian lapangan memungkinkan peneliti untuk mengamati dan berinteraksi dengan *Pijar News* serta mewawancarai pihak terkait guna mendapatkan data yang relevan. Dengan demikian, penelitian ini akan memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif dan penelitian lapangan untuk menjelajahi strategi yang digunakan oleh *Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca dalam era digital.²⁶

²⁵Prasetyo, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Rajawali Pers, 2017), h 20.

²⁶Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, VIII (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), h 31.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan difokuskan pada *Pijar News*, sebuah media *online* yang berperan dalam transformasi jurnalisme di era digital. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan pentingnya mengkaji strategi yang digunakan oleh *Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca dalam lingkungan media *online*. Sebagai media *online* yang aktif di era digital, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana *Pijar News* menerapkan strategi dalam konteks ini. Selain itu, lokasi penelitian ini juga akan memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan terkait dengan strategi media *online* yang diterapkan oleh *Pijar News*.

2. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini ialah setelah proposal penelitian telah diseminarkan serta telah mendapatkan surat izin penelitian. Penelitian ini akan dilaksanakan selama ± 30 hari.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini fokus pada strategi *Pijar News* sebuah media *online* dalam membangun segmentasi pembaca, dengan penekanan pada faktor pendukung dan penghambat dalam upaya membangun segmentasi pembaca yang beragam. Penelitian ini akan menggunakan analisis data lapangan serta menerapkan teori-teori yang relevan untuk memahami bagaimana *Pijar News* mengimplementasikan strateginya dalam mengelola pelayanannya di era digital dan bagaimana berbagai faktor memengaruhi pelaksanaan strategi ini. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan

untuk memberikan wawasan mendalam tentang transformasi jurnalisme di era digital melalui studi kasus *Pijar News*.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang terdiri dari informasi berupa teks deskriptif. Data ini diperoleh melalui berbagai metode pengumpulan, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, data kualitatif juga dapat berupa gambar, rekaman suara, dan video sebagai bentuk tambahan untuk mendukung analisis penelitian.

2. Sumber data

dalam penelitian ini terdiri dari dua kategori utama, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer melibatkan informasi yang diperoleh langsung dari interaksi dengan informan, yang mencakup kata-kata, tindakan, serta dokumen-dokumen yang dianggap relevan. Selain itu, data-data dalam penelitian ini juga diperoleh melalui wawancara dengan informan yang dapat dipercaya, yang memberikan penjelasan rinci terkait dengan fokus penelitian. Sementara sumber data sekunder mencakup berkas-berkas dan informasi yang dikumpulkan dari sumber lain, yang digunakan sebagai tambahan untuk mendukung analisis penelitian.”²⁷

a. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini merujuk pada informasi yang diperoleh dari masyarakat atau pihak terkait dalam konteks transformasi jurnalisme di era digital dan strategi yang digunakan oleh *Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca. Data primer ini mencakup berbagai aspek

²⁷Ardial, *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h 20.

yang menjadi subjek penelitian dan diperoleh melalui pengamatan langsung di lapangan. Sebagai contoh, sumber data primer dalam penelitian ini dapat berupa hasil wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap staf editorial dan praktisi media di *Pijar News* yang memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang strategi yang digunakan oleh media tersebut dalam menghadapi perubahan digital.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini mengacu pada informasi yang diperoleh melalui studi literatur, buku, jurnal, serta dokumen-dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam konteks transformasi jurnalisme di era digital dan strategi yang diterapkan oleh *Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca dapat mencakup berbagai sumber, seperti artikel ilmiah, buku, laporan penelitian sebelumnya, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan perubahan dalam industri media *online*. Data sekunder ini digunakan untuk mendukung analisis dan pemahaman yang lebih mendalam tentang isu-isu yang relevan dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Metode pengumpulan data yang umum digunakan adalah wawancara. Ini adalah proses komunikasi atau interaksi antara penulis dan informan atau subjek penelitian untuk mengumpulkan informasi melalui tanya jawab. Observasi adalah suatu kegiatan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab suatu subjek penelitian dengan menggunakan panca indera penglihatan, penciuman, dan pendengaran serta wawancara

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data kepustakaan. Teknik digunakan karena dapat mempertajam metodologi, memperkuat kajian

teoretis, dan mempermudah memperoleh informasi mengenai penelitian sejenis. Adapun sumber kepustakaan yang digunakan adalah buku, jurnal, dan penelitian yang berkaitan. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data di lapangan yaitu :

a. Observasi / Pengamatan

Dalam penelitian lapangan ini, langkah awal teknik pengumpulan data dilakukan adalah observasi. Observasi atau pengamatan dapat didefinisikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu.²⁸ Pengamatan ilmiah berfokus pada gejala, peristiwa, atau gejala yang bertujuan untuk menafsirkannya, mengidentifikasi faktor penyebab, dan menemukan kaidah-kaidah yang mengaturnya.

b. Wawancara

Teknik wawancara melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk mendapatkan informasi terperinci. Pertanyaan yang disusun oleh peneliti diajukan secara langsung kepada responden, dan jawaban dari responden direkam atau didokumentasikan menggunakan alat perekam.²⁹ Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pihak terkait di *Pijar News* seperti Sekretaris *Pijar News*, Wartawan *Pijar News*, Pemimpin Redaksi untuk mendapatkan wawasan tentang strategi media *online* mereka.

c. Dokumentasi

²⁸Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2011). h. 127

²⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploitatif, Enterpretif Dan Konstruktif.*, ed. Surypeneliti (Bandung: ALFABETA, 2020), h 23.

Langkah ketiga dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah kumpulan data dari dokumen dan perpustakaan untuk dianalisis dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data sekunder berupa arsip atau dokumen. Teknik ini digunakan untuk menemukan data dokumen yang berkaitan dengan apa yang penulis coba teliti.³⁰

F. Uji Keabsahan Data

Pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian kualitatif disebut dengan pemeriksaan keabsahan data. Formulasi pemeriksaan keabsahan data menyangkut kriteria derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Dari keempat kriteria tersebut, pendekatan kualitatif memiliki delapan teknik pemeriksaan data, yaitu perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensi, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, dan uraian rinci.³¹

Untuk menentukan keabsahan data perlu adanya teknik pemeriksaan yang berdasar sejumlah kriteria tertentu. Disini terdapat empat kriteria yang digunakan, yaitu:

1. *Credibility*

Kriteria ini berfungsi untuk melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai, mempertunjukkan derajat

³⁰Burhan Bunging, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006). h. 130

³¹J. Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018). h. 5

kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

2. *Transferability*

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif, validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil. Nilai transfer ini berkenaan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Bagi peneliti naturalistik, nilai transfer bergantung pada pemakai sehingga manakala hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam konteks dan situasi sosial lain. Maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci dan jelas atas hasil penelitiannya tersebut.

3. *Dependability*

Dalam penelitian kualitatif, *dependability* disebut reliabilitas. Suatu penelitian yang *reliable* adalah apabila orang lain dapat mengulangi/mereplikasi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Kalau proses penelitian tidak dilakukan tetapi datanya ada, maka penelitian tersebut tidak *reliable* atau *dependable*.

4. *Confirmability*

Pengujian *confirmability* dalam penelitian kuantitatif disebut dengan uji obyektivitas penelitian. Peneliti dikatakan obyektif bila hasil penelitian telah disepakati banyak orang. Dalam penelitian kualitatif, uji *confirmability* berarti

menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.³²

G. Teknik Analisis Data

Setelah hasil data penelitian dikumpulkan. Langkah selanjutnya yang digunakan adalah bagaimana menganalisis data yang di dapatkan. Analisis data adalah kegiatan analisis mengategorikan data untuk mendapatkan pola hubungan, tema, menafsirkan apa yang bermakna, serta menyampaikan atau melaporkan kepada orang lain yang berminat. Setelah data terkumpul, kemudian menganalisis data dengan mengategorikan data tersebut agar dapat membentuk pola atau menafsirkan tujuan dari penelitian ini. Teknik analisis data digunakan langkah-langkah teknik analisis data versi Taylor dan Renner sebagai berikut.³³

1. Siap memahami data

Teknik pertama yang dilakukan dalam analisis data adalah Siap memahami data. Analisis yang baik bergantung pemahaman terhadap data. Untuk analisis kualitatif, hal ini berarti membaca kembali teks. Sehingga dari data yang dikumpulkan berusaha ditulis, dibaca dan dipahami data tersebut sebelum diproses.

2. Fokus analisis

Teknik kedua yang dilakukan dalam analisis data adalah fokus analisis data. Tujuan penelitian dan apa yang ingin dicari. Mengidentifikasi dari

³²dkk Sandi Hesti Sondak, "Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara", Jurnal EMBA, 7.1," 2019. h. 7

³³Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, "Metodologi Penelitian Sosial Edisi Kedua," n.d., h. 96.

sejumlah pertanyaan kunci yang akan dianalisis. Cara ini membantu penulis untuk memutuskan bagaimana memulai.

3. Informasi Kategori

Teknik ketiga yang dilakukan dalam analisis data adalah informasi kategori. Beberapa peneliti cenderung mengategorikan informasi sebagai pengkodean atau pengindeksan data. Pada langkah ini penulis mulai mengategorikan data sesuai dengan pola dan dapat menaksirkan tujuan penelitian yang akan penulis teliti.

4. Identifikasi pola berupa hubungan antar kategori

Teknik keempat yang dilakukan dalam analisis data adalah identifikasi polahubungan berupa hubungan antarkategori. Seperti halnya mengorganisasikan data, baik pertanyaan maupun kasus, penulis akan memulainya dengan melihat pola dengan menghubungkan kategori. Pada langkah ini setelah mengategorikan data, penulis menghubungkan setiap kategori data yang telah penulis susun.

5. Interpretasi

Langkah terakhir yang dilakukan dalam analisis data adalah interpretasi. Dimana data akan diinterpretasikan pola atau tema. Hasil interpretasi ini harus diperiksa kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitasnya. Dalam langkah ini penulis harus memeriksa data agar dapat mencapai

BAB IV PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi media *online Pijar News* membangun segmentasi pembaca.

Pijar News merupakan media *online* penyedia berita nasional dan daerah. Media *Pijar News* didirikan pada tanggal 8 Januari 2008 oleh para jurnalis dari Persatuan Jurnalis Ajatappareng *Pijar*.

Pijar News telah menjadi bagian yang sangat penting pada tatanan di negar-negara maju. Hal ini karena kekuatan dan peran strategis *Pijar* dalam memberi warna dalam kehidupan ketatanegaraan. Kekuatan inilah yang mengantarkan *Pijar News* pada urutan keempat setelah eksekutif, legislatif dan yudikatif.

Oleh karena itu, agar dahsyatnya kekuasaan dan peran *Pijar News* tidak disalahpahami dan disalahartikan, maka harus menjalankan fungsinya dengan baik dan sesuai dengan standar jurnalistik yang benar. Media juga harus memainkan peran penyeimbang untuk menghindari uji coba oleh media. Inilah tugas yang harus dan harus dilakukan sebagai satu-satunya media cetak di Kota Parepare, yang lahir dari ketatnya persaingan penerbitan surat kabar di tanah air.

Media *online* merujuk pada bentuk media yang disampaikan melalui internet. Ini mencakup berbagai jenis konten seperti berita, artikel, video, audio, dan gambar yang dapat diakses oleh pengguna melalui perangkat yang terhubung ke internet, seperti komputer, tablet, atau ponsel cerdas. Media *online* dapat ditemukan dalam berbagai format, termasuk situs *web* berita, *blog*, *platform* media sosial, *podcast*, dan saluran video daring.

Keuntungan media *online* termasuk akses instan ke informasi terbaru, kemampuan berinteraksi dengan konten, dan keberagaman sumber informasi. Namun, sementara media *online* menyediakan akses yang mudah dan cepat ke informasi, juga muncul tantangan terkait validitas, kebenaran, dan keamanan informasi. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan keterampilan kritis dalam mengevaluasi sumber informasi *online*.

Menilai validitas, kebenaran, dan keamanan informasi *online* merupakan keterampilan yang sangat penting, terutama mengingat berbagai informasi yang dapat dengan mudah diakses di internet.

Untuk mendapatkan hasil yang baik sekaligus mendapatkan perhatian khalayak dalam sebuah perusahaan koran tentunya dibutuhkan cara atau strategi dalam penyusunan unsur-unsur layout-nya. Adapun beberapa strategi media *online Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca, yaitu:

a. Strategi Produk *Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca

Pada konteks ini produk tidak hanya merujuk pada berita atau konten yang disajikan oleh *Pijar News*, tetapi juga mencakup merek atau *brand* yang terkait dengan media *online* tersebut. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana merek *Pijar News* memengaruhi segmentasi pembaca menjadi fokus penelitian ini. Oleh karena itu, aspek merek (*brand*) menjadi elemen penting dalam strategi media *online* untuk membangun segmen pembaca yang lebih baik dan relevan.

Salah satu media *online* yang memiliki beberapa karakter tersebut adalah *Pijar News* yang sudah cukup lama eksis dan merebut hati pembaca khususnya di Kota Parepare. *Pijar News* ini dipegang oleh tenaga-tenaga handal dan profesional di bidang jurnalistik. Selalu menghadirkan isu-isu pemberitaan yang baru sesuai

perkembangan di masyarakat dan ikut mendorong kemajuan di Sulawesi selatan (khususnya di wilayah Kota Parepare).

Setiap berita yang diangkat akan diproses dan disebarakan secara profesional serta memiliki kredibilitas dan mempunyai reputasi tinggi dimata masyarakat. Harus memiliki produk berkualitas yang menjadi sasaran utama bagi masyarakat, karena masyarakat akan membuat pilihan-pilihan tertentu untuk memenuhi kebutuhannya, dalam hal ini kebutuhan akan informasi. Seperti yang dijelaskan oleh Amriani sekretaris *Pijar News* sebagai berikut:

jadi di *Pijar* itu ada beberapa rubrik yang bisa dilihat di *websitenya* seperti ada rubrik tentang politik ada ekonomi olahraga teknologi pendidikan dan kami juga dari *Pijar* memberi kesempatan untuk mahasiswa maupun dosen masyarakat umum untuk memasang opini ataupun tulisannya di *Pijar* itu beberapa konten berita yang dikelola sama *Pijar*.³⁴

Berdasarkan uraian di atas, dimana para pengakses terkadang hanya bisa mendapatkan suatu informasi jika mengakses portal media *online* karena berita yang dimuat di portal tidak dimuat. Informasi selanjutnya Dian Muhtadia Hamna selaku Pemimpin Redaksi tentang berita yang diangkat oleh *Pijar News* sebagai berikut:

Berita yang dimuat di portal *online Pijar News* berbeda dengan berita di versi cetak karena bisa saja isu yang muncul di versi *online* dan cetak sama, namun kami usahakan yang terbaik adalah memastikan bahwa berita yang ada di portal konten yang dikirimkan tidak akan memuat dan mencetak konten berita yang sama persis. Untuk berita yang dikeluarkan tidak menentukan berapa banyak ruang yang dibutuhkan, yang penting berita tersebut lengkap, kami juga mengutamakan berita yang diperoleh wartawan ditempat kejadian, dan hanya mengambil berita yang berharga.³⁵

³⁴Amriani, Sekretaris Pijar News, *wawancara* di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

³⁵Dian Muhtadia Hamna, Pemimpin Redaksi, *wawancara* di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa berita yang dihasilkan oleh *Pijar News* merupakan produk berkualitas yang menjadi sasaran utama bagi masyarakat. Dan juga mengemukakan bahwa *Pijar News* selalu dinantikan oleh masyarakat Sulawesi selatan seperti yang di jelaskan sebagai berikut:

Saat ini *Pijar News* terus mempertahankan eksistensinya di hadapan berbagai media *online*. Ini dikarenakan, *Pijar News.com* konsisten dengan menjadi portal yang memberikan informasi kepada masyarakat khususnya kota Parepare selama 24 jam dalam portal tentunya menerbitkan berita-berita tentang peristiwa dan klik yang sedang berkembang di masyarakat, menerbitkan berita-berita yang berbeda dari berbagai portal yang ada. Karena membahas berbeda pandangan atau sudut pandang namun pada hakikatnya berita yang akan dimuat mengarah pada berita atau isu yang sama.³⁶

Berdasarkan uraian di atas, dengan menyuguhkan isu dan *angle* berita yang berbeda, setiap beritanya dinantikan oleh masyarakat dengan beragam terobosannya yang memberikan warna baru bagi para pembacanya. Strategi pemberitaan yang efektif didukung oleh sumber daya manusia yang mampu membuat kualitas layanan berita portal tersebut banyak diminati masyarakat. *Pijar News.com* sudah menjadi portal terkemuka sebagai portal yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini.

b. Pemilihan *Brand* sebagai strategi dalam membangun segmentasi pembaca

Jika perusahaan media ingin mempertahankan pembacanya, salah satu langkah yang mereka ambil adalah dengan mempertahankan karakteristiknya sendiri. Baik itu tampilan portal, konten berita, konten update, gaya bahasa maupun gaya

³⁶Dian Muhtadia Hamna, Pemimpin Redaksi, wawancara di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

penulisan. Beberapa strategi dilakukan oleh redaksi *Pijar News* untuk menjaga akurasi berita terkait kecepatan dan updating berita

Portal *Pijar News* mendalami suatu peristiwa atau kegiatan dan mengamatinya dari berbagai sudut pandang, dilengkapi dengan foto dan video pendek terkait suatu peristiwa atau peristiwa. Berita yang disajikan seperti *Pijarnews* atau berita lurus. Agar lebih relevan bagi pembacanya, *Pijar News* menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca yang terdiri dari seluruh lapisan masyarakat. Baik itu umur 37-60, pengusaha, ibu rumah tangga, pelajar, dan sebagainya, tulislah dalam bentuk yang pendek minimal tiga paragraf agar beritanya cepat tersebar kepada pembaca atau pengguna *website*, namun tetap akurat meski penyajiannya singkat. Seperti yang di jelaskan oleh beberapa narasumber sebagai berikut. Faisal Luppy wartawan *Pijar News* mengemukakan:

Kalau media *online Pijar* itu ciri khasnya sendiri hukum dan kriminal bisa pariwisata makanan karena ciri khasnya karena masyarakat di Sulawesi Selatan khususnya di daerah Pinrang ciri khasnya menonjol atau branding yang menarik.³⁷

Faisal Luppy mengemukakan bahwa ciri khas dalam mengangkat berita yaitu peristiwa yang diangkat itu lebih kepada berita yang menarik. Manakala berita tersebut menarik, artinya berita tersebut memiliki banyak pembaca walaupun terkadang tidak penting misalnya tentang fenomena seseorang yang tiba tiba terkenal di media sosial karena hal-hal yang aneh atau unik. Informan selanjutnya Dian Muhtadia Hamma Pemimpin Redaksi, sebagai berikut:

Ciri khas *Pijar News* menitik beratkan pada konten lokal wilayah Ajattapareng meski tidak menutup kemungkinan sering mempublikasikan

³⁷Faisal Luppy, Wartawan Pijar news, *wawancara* di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

konten berita di luar wilayah itu. Misalnya berita dari berbagai kabupaten/kota di Sulsel, berita nasional atau kejadian di luar Provinsi Sulsel dan berita internasional. Jika ada isu penting dan menarik maka *Pijarnews* mempublikasikannya.³⁸

Penjelasan di atas dapat disimpulkan yaitu selalu mengangkat isu yang hangat di masyarakat dan dekat dengan masyarakat khususnya di kota-kota wilayah provinsi Sul-Sel terutama di daerah Ajatapparang. Isu yang dimuat pada pemberitaan khususnya *Pijar News* tidak lepas dari isu-isu tentang persoalan perkotaan khususnya Kabupaten pinrang, kriminal dan hukum. Sedangkan menurut Amriani Sekertaris *Pijar News* sebagai berikut:

Kalau kami di *Pijar* tidak punya *brand* cuman kami hanya menerima iklan dari para klien contohnya semisal di kampus IAIN Parepare kita ada kerja sama berita tutorial jadi semisal ada kegiatan di IAIN teman-teman ataupun wartawan dari *Pijar* akan terus meliputan itu sebagai *feedback* daripada kerjasama yang kita jalin bersama dengan IAIN jadi tidak ada iklan-iklan seperti *brand-brand* ternama itu tidak ada cuman hanya iklan pemberitaan ataupun kami juga kadang menerima iklan banner semisal ucapan kota Parepare ataupun peringatan-peringatan nasional kami menerima iklan seperti itu dan kami pasang juga di sosial media *Pijar*.³⁹

Menurut Amriani mengemukakan bahwa Strategi pertama yang dilakukan yaitu terkait masalah akurasi berita biasanya pada rapat redaksi, wartawan selalu diingatkan tentang keakurasian beritanya.

Seperti yang terlihat pada judul dan *lead* berita yang disajikan portal *Pijarnews.com*, penggunaan bahasa menggunakan bahasa sehari-hari agar mudah dipahami dan dimengerti oleh pembaca, judul-judul berita dibuat dengan bahasa semenarik mungkin. Peristiwa atau kejadian yang disajikan dalam pemberitaan bukan

³⁸Dian Muhtadia Hamna, Pemimpin Redaksi, *wawancara* di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

³⁹Amriani, Sekertaris Pijar News, *wawancara* di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

hanya secara umum tetapi lebih mendalam yang dijelaskan secara terperinci mulai dari TKP, hingga kronologis kejadian. Seperti contoh gambar di bawah ini.



Gambar 4.1 Contoh tampilan berita *Pijar News*

Grafis atau gambar yang dimuat *Pijar News* dilengkapi dengan data yang dijabarkan secara akurat. Khalayak saat membacanya, titik pandang pertama ialah tata letak atau gambar yang terdapat dalam sebuah berita yang disajikan. Sehingga, komposisi gambar (layout) merupakan komponen terpenting dalam membuat perwajahan pada *portal Pijar News*. Di lihat dari contoh judul yang ada pada gambar di atas *Pijar news* menggunakan strategi penulisan Supjek+Predikat+Objek=keterangan (SPOK) yang terdiri atas satu kluasa lengkap dengan pola fungsi singtaktis yaitu:

Prediksi BMKG, malam ini hujan
S P O

disertai angin kencang hingga kilat melanda daerah ini di sulsel

K

Fungsi Subjek dari kalimat di atas di isi oleh frase nominal dengan induk suatu gambaran objek. Fungsi predikat diisi oleh verba. Fungsi objek di isi oleh nominal dengan induk kasus. Fungsi keterangan diisi oleh fase nominal sebagai perluasan objek dengan kata yang. Jika dilihat struktur klausanya, kalimat ini termasuk kalimat lengkap.

c. Strategi Promosi dalam membangun segmentasi pembaca

Promosi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang mereka tawarkan kepada konsumen. Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran (*Marketing mix*) dan terdiri dari berbagai alat komunikasi, termasuk *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relations*, dan *direct marketing*.

Dalam menerbitkan berita terbitan, *Pijar News* selalu fokus pada peristiwa yang banyak menarik perhatian. *Pijar News* menekankan dua hal, berita penting dan berita menarik. Masyarakat cenderung fokus pada berita menarik dibandingkan berita penting karena jika kemasannya tidak menarik maka berita penting akan tersingkir.

Pijar News membedakan antara berita penting dan berita menarik. Berita menarik diawali dengan peristiwa-peristiwa yang penting atau bernilai besar bagi kehidupan masyarakat luas, khususnya yang tinggal di perkotaan. Masyarakat wajib mengetahui berita penting ini karena berdampak pada kehidupan mereka. Oleh karena itu, informasi harus dikemas menjadi berita yang menarik sebelum dirilis. Seperti yang diungkapkan oleh Dian Muhtadi Hamna sebagai berikut:

Pijarnews karena bagian dari Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) Sulsel di mana anggota AMSI otomatis saling bekerja sama termasuk bisa mengadopsi konten berita. Namun biasanya diawali dengan perjanjian

kerjasama yg formal melalui *Memorandum of Understanding* (MOU) yang ditandatangani oleh kedua belah pihak.⁴⁰

Maksud dari pernyataan di atas ialah ini mencakup segala bentuk presentasi berbayar dari ide, barang, atau jasa oleh sponsor. *Pijar News* advertising dapat merujuk pada upaya mereka untuk mempromosikan layanan berita *Online* mereka kepada *audiens* melalui iklan berbayar.

d. Strategi *Pijar News* dalam menjaga akurasi berita terkait kecepatan penyajian berita online.

Redaksi menerapkan berbagai strategi untuk menjaga keakuratan berita, termasuk kecepatan *update* berita:

- a. Strategi pertama adalah soal akurasi jurnalistik, wartawan selalu diingatkan akan akurasi jurnalistik, biasanya dalam rapat redaksi. Dalam wawancara Amriani Sekertaris *Pijar News* sebagai berikut:

Biasanya wartawan di lapangan memakai android untuk menulis berita yang mereka dapat dan langsung mengirim ke email *Pijarnews.com* setelah menulis beritanya, lalu redaktur mengedit ulang berita yang masuk tersebut, kemudian tugas kami semua sebagai admin yaitu harus teliti dan mengecek kembali jangan sampai ada berita yang lolos diupload tetapi dalam keadaan salah ketik atau belum akurat.⁴¹

Berita yang ada salah ketik sebelum diunggah, kecuali diedit oleh redaksi, pengelola tetap harus mengecek kembali keseluruhan berita. Namun, jika ada berita yang diunggah dan tidak akurat seperti salah ketik atau salah nama, akan segera diproses tanpa mengubah. waktu pengunggahan berita tidak banyak perbedaan mendasar antara berita tradisional dan berita *online*. Baik itu dari segi pemberitaan, proses editorial, penyajian konten, dan etika jurnalistik. Konten berita harus berpegang

⁴⁰Dian Muhtadia Hamna, Pemimpin Redaksi, wawancara di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

⁴¹Amriani, Sekertaris Pijar News, wawancara di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

pada prinsip 5W+1H, namun media penyajiannya berbeda. Suatu berita atau informasi yang berupa media cetak, saluran televisi atau gelombang radio dan satunya lagi menggunakan jaringan *global* atau internet.

b. Strategi kedua adalah soal kecepatan

Selain penulisan berita tentunya soal kecepatan tidak ketinggalan karena hal tersebut adalah salah satu syarat untuk berita *online* dimana pembaca bisa mendapatkan berita tersebut secara langsung pada saat terjadinya suatu peristiwa. Seperti yang diungkapkan Bapak Faisal Luppy wartawan *Pijar News* dalam wawancara sebagai berikut:

Pertimbangan waktu yang disediakan sangat terbatas maka setiap berita dan video dibuat tidak terlalu panjang agar masyarakat lebih mudah untuk membaca atau menontonnya. Lebih leluasa tanpa perlu terkekang oleh waktu penerbitan dapat diakses dimana dan kapan saja selama di dukung oleh jaringan internet tetapi karena kecepatan itu pula media *online* biasanya lalai dalam penulisan.⁴²

Seperti halnya portal atau media *online*, salah satu syarat yang harus dimiliki adalah kecepatan, mekanisme penerbitan yang *real-time* dan lebih fleksibel tanpa dibatasi oleh siklus atau jadwal penerbitan atau pemutaran. Penerbit dapat mempublikasikan berita atau informasi langsung di tempat kapanpun dan dimanapun selama terhubung dengan jaringan *global* atau internet. Oleh karena itu, pembaca/pengguna portal berita lebih sering mendapatkan informasi terkini.

Selain masalah kecepatan, di era media *online* yang menjamur saat ini, dimana banyak khalayak yang menggunakan media sosial masing-masing untuk mengakses atau menyaring informasi, operator atau administrator dapat dengan

⁴²Faisal Luppy, Wartawan Pijar news, wawancara di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

mudah menyalin dan menempelkan berita atau informasi dan menyebarkan konten yang menurut mereka menarik. Maka *Pijar News* yang melakukannya.

c. Strategi ketiga adalah memanfaatkan sosial media

Agar banyak pembaca atau banyak yang mengakses portal *Pijar News.com* maka dengan berkembangnya teknologi saat ini dan dengan di mudahkan untuk mengakses berita dimana saja dan kapan saja untuk itu media *online* memanfaatkan sosial media. Seperti yang di jelaskan oleh Dian Muhtadia Hamna sebagai berikut:

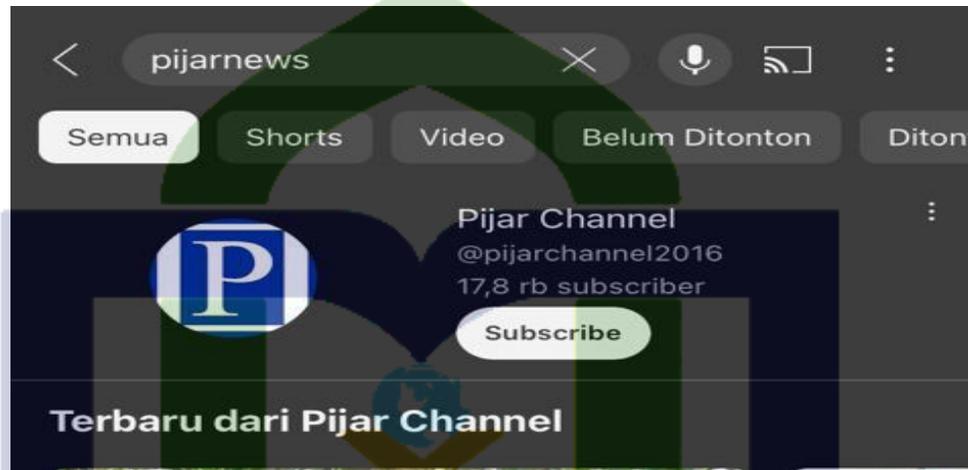
Pijarnews.Com memproduksi konten berita yang dipublikasikan di media *online* dan media sosial untuk menjangkau pembaca lebih luas. Untuk media sosial, *PijarNews.Com* menggunakan platform media *TikTok, Instagram,* dan *YouTube*.⁴³

Adapun pun penilaian yang diberikan kepada berita-berita yang wartawan masukkan, berita yang paling populer atau yang paling banyak dibaca maka point yang didapatkan akan di kali dua. Berita bagus tetapi tidak lengkap tidak akan dimuat, harus terlebih dahulu dilengkapi lalu bisa dimuat. Ini merupakan cara agar wartawan lebih baik dan giat dalam mencari dan membuat beritanya.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, media sosial semakin diminati oleh seluruh kalangan masyarakat. Kecepatan dalam bertukar informasi dan kemudahan dalam saling berinteraksi, sering kali menjadi alasan bagi sebagian orang untuk aktif menggunakan media sosial. Hal ini tentunya juga dimanfaatkan oleh *Pijar News* dalam mempromosikan pemberitaan di portal *Pijarnews*.

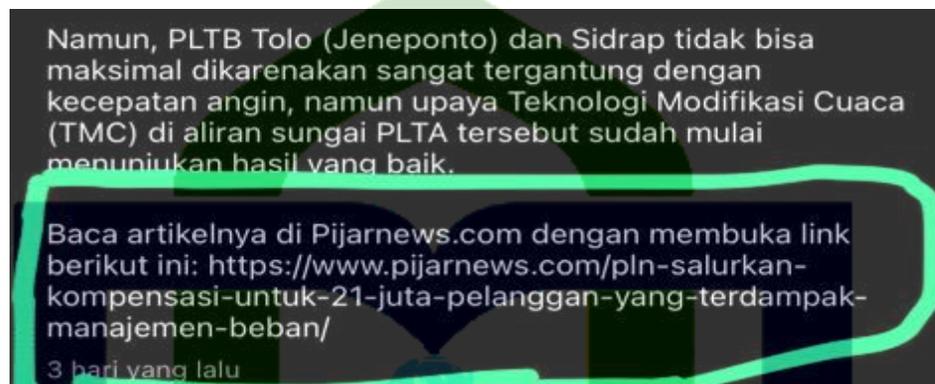


⁴³Dian Muhtadia Hamna, Pemimpin Redaksi, wawancara di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

Gambar 4.2 Akun Tiktok *Pijar News*Gambar 4.3 Akun YouTube *Pijar News*Gambar 4.4 Akun Instagram *Pijar News*

Dengan memiliki pengikut yang banyak, tentunya akan mempermudah pemasaran *portal* berita *Pijar News* karena pada akhir caption/keterangan di media

sosialnya, *Pijar News* selalu mengarahkan pengikutnya untuk tetap membaca portal berita *Pijarnews.com*.



Gambar 4.5 Caption Instagram *Pijar News*

Hal ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi pengikut mediasosial *Pijar News* untuk mengunjungi portal berita *Pijarnews.com* karena postingan-postingan yang ditampilkan pada media sosialnya. Oleh karena itu, tim redaksi *Pijar News* selalu memperhatikan perkembangan kinerja media sosial *Pijar News* dengan selalu aktif mengunggah pemberitaan yang terjadi di sekitaran Ajatappareng maupun menghadirkan program-program baru yang dapat menarik perhatian pengikutnya.

e. Strategi Penyajian

Pijar News memadukan konsep penyajian berita dengan rumus 5W + 1H dengan Oleh karena itu, *Pijarnews.com* merupakan portal penyedia berita berkualitas berdasarkan prinsip idealis media massa. Namun, berita yang sampai kepada pembaca tidak lahir begitu saja dan tidak semudah membalikkan telapak tangan. Lahirnya sebuah berita memerlukan waktu dan beberapa tahapan. Berita yang diperoleh

melalui reporter lapangan dikirimkan ke kotak surat *Pijar News*, kemudian diteruskan ke berbagai redaksi sesuai workstation masing-masing, kemudian disunting hingga menghasilkan berita yang memenuhi syarat dan didistribusikan kepada pembaca.

Dalam mengembangkan berita, *Pijar News* tetap mengacu pada unsur 5W + 1H (apa, siapa, kapan, mengapa, dimana dan bagaimana). Portal *Pijar News* menilai tidak cukup hanya sekedar memaknai unsur 5W+1H dalam penulisan berita. *Pijar News* beroperasi pada tingkat interpretasi data. Lebih baik lagi jika suatu keadaan belum terjadi namun dapat diprediksi dengan menggunakan data yang ada.

Bukan berarti konsep berita yang begitu populer dalam dunia jurnalistik ditinggalkan. Sebagai satu strategi untuk mendukung penyajian dan pengembangan pemberitaan. Seperti yang dijelaskan oleh Faisal Luppy dalam wawancara sebagai berikut:

Strategi penyajian dan pengembangan pemberitaan dilakukan dengan cara selain merencanakan berita-berita yang akan dimuat juga menindak lanjuti pemberitaan yang telah dimuat pada hari ini. dariberita yang sudah termuat itu, ditindak lanjuti hal-hal apa yang belum sempat termuat yang biasa kami sebut berita berseri. Misalnya untuk berita pembunuhan, pada berita awalnya hanya memuat tentang peristiwanya. Tapi pada berita selanjutnya, diberitakan tentang motif dari kasus pembunuhan itu lalu mengembangkan berita yang menurut redaktur perlu dikembangkan.⁴⁴

Dari uraian diatas dapat dilihat strategi penyajian dan pengembangan pemberitaan yang dilakukan *Pijar News* tak hanya itu, dalam mengembangkan pemberitaan redaktur juga memperhatikan beberapa poin penting dalam penulisan berita, agar berita yang disajikan pun menarik.

⁴⁴Faisal Luppy, Wartawan Pijar news, wawancara di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

Peneliti menyimpulkan strategi media *online Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca, yaitu Terbagi 5 strategi yaitu yang pertama *Produk Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca, kedua strategi pemilihan *brand* atau merek sebagai strategi dalam membangun segmentasi pembaca, Ketiga strategi promosi dalam membangun segmentasi pembaca, Keempat Strategi *Pijar News* dalam menjaga akurasi berita terkait kecepatan penyajian berita *online*, Ke Lima yaitu Strategi Penyajian.

2. Bentuk Segmentasi Pembaca di dalam Strategi Media *online Pijar News*

Pemersalahan kedua penulis yaitu Analisis Bentuk segmentasi pembaca di dalam strategi media *online Pijar News*.Maka penulis melakukan wawancara dengan beberapa informan seperti Sekertaris *Pijar News*, Wartawan *Pijar News*, Pemimpin Redaksi, dan Pambaca *Pijar News*.Sebelum lebih jauh membahas tentang Bentuk Segmentasi Pembaca di dalam strategi *Pijar News* maka terlebih dahulu peneliti mendeskripsikan Segmentasi pembaca.

Seorang muslim yang baik harus pandai memilah dan memilih berita, mengecek dan menguji kebenaran berita yang diterima. Penyampai berita dan penerima haruslah memahami etika yang berlaku supaya kita tidak terjerumus pada kebohongan yang terjadi, namun banyak orang hanya menerima berita kemudian menyebarkan tanpa meneliti kebenaran berita tersebut. Hal ini sangat bertolak belakang dengan sikap yang harus dilakukan oleh umat muslim. Dalam Al-Qur'an sendiri, terdapat ayat yang menjelaskan tentang melakukannya cek dan ricek suatu berita atau bisa disebut dengan istilah *tabayyun*. Sebagaima Allah menerangkan dalam QS Al-Hujurat 49 Ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ
فَتُصِيحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَدِيمِينَ ٦

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.

Ayat ini menjelaskan bahwa kita harus menyelidiki pesan-pesan yang datang dari orang-orang jahat, namun perlu diperhatikan bahwa sebaiknya kita tidak sekedar memeriksa keaslian pesan-pesan yang datang dari orang-orang jahat. Semua berita yang kita terima bisa kita teliti dari mana saja, kemudian setelah berita tersebut terbukti valid, agar lebih jelas, kita bisa menyebarkannya kepada masyarakat sekitar.⁴⁵ Oleh karena itu, diperbolehkan menerima pesan dari para pelaku kejahatan tersebut adalah melalui penelitian jika terdapat bukti dan indikasi bahwa pesan tersebut benar dan sah. Dari pada langsung membenarkan atau menyangkal kabar tersebut, selidiki dulu baik-baik apakah benar atau salah. Ketepatan pesan ini dapat dilihat dari sudut pandang komunikator (penyampai pesan), yaitu orang yang pertama kali menyampaikan pesan. Komunikator tidak hanya harus menyampaikan berita dengan jujur, tetapi juga harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan akurat.

Segmentasi pembaca adalah proses membagi *audiens* atau pembaca potensial menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil atau segmentasi berdasarkan karakteristik dan perilaku yang serupa. Tujuan dari segmentasi pembaca untuk lebih memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku pembaca sehingga organisasi berita atau penerbit dapat menyajikan konten yang lebih relevan dan memenuhi ekspektasi mereka.

⁴⁵M Darwis Hude, *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2002). h.372

Segmentasi pembaca melibatkan identifikasi kelompok-kelompok pembaca yang memiliki karakteristik bersama, seperti usia, jenis kelamin, minat, perilaku *online*, atau preferensi konsumsi berita. Dengan memahami perbedaan antar kelompok, organisasi berita dapat menyusun strategi pemasaran, penempatan konten, dan pengembangan produk yang lebih efektif.

Manfaat dari segmentasi pembaca dalam konteks transformasi jurnalisme di era digital, dapat diuraikan yaitu mengidentifikasi kebutuhan pembaca baru, analisis segmentasi pembaca dapat menghasilkan kelompok pembaca dengan karakteristik yang berbeda-beda. Dengan memahami karakteristik ini, media *online* seperti *Pijar News* dapat mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi baru dari segmen pembaca yang berbeda. Hal ini dapat membuka peluang untuk mengembangkan konten berita yang lebih sesuai dengan keinginan pembaca yang belum terpenuhi.

Merancang strategi pemasaran konten yang tepat, segmentasi pembaca membantu dalam merancang strategi pemasaran konten yang sesuai dengan setiap segmen pembaca. *Pijar News*, sebagai media *online*, dapat menyesuaikan pendekatan pemasaran, seperti iklan, harga, promosi, dan distribusi berita, untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi yang berbeda di antara segmen pembaca yang telah diidentifikasi.

Optimasi penggunaan sumber daya, segmentasi pembaca membantu media *online* mengalokasikan sumber daya pemasaran dengan efisien. Ini berarti bahwa *Pijar News* dapat fokus pada segmen pembaca yang paling potensial dan relevan, sehingga mengoptimalkan penggunaan sumber daya mereka. Selain itu, pemahaman

yang baik tentang segmen pembaca juga membantu mengidentifikasi peluang dan tantangan yang mungkin timbul dari pesaing dalam dunia jurnalisme *Online*.⁴⁶

Ciri khas ini sebagian besar dimiliki oleh media *Pijar News* untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, khususnya Kabupaten Pinrang. Portal ini dikelola oleh orang-orang yang kreatif, profesional dan terpercaya di bidang jurnalistik. Dengan senantiasa menghadirkan pemberitaan baru sesuai trend perkembangan masyarakat. Adapun bentuk segmentasi Pembaca di dalam strategi *Pijar News*, yaitu:

a. Segmentasi Pembaca *Pijarnews* di kalangan umur 37-60

Target pembaca media *online* lebih menasar kepada pengguna *smartphone* (*Pijar News*). *Pijar News* merupakan *website* yang dioptimalkan untuk perangkat mobile (*smartphone*) dengan fitur untuk menyesuaikan ukuran, tata letak, dan konten pada perangkat yang berbeda. *Trend* ini dimanfaatkan oleh beberapa industri media besar di Indonesia karena melihat pengguna *smartphone* yang mengakses berita semakin meningkat daripada *desktop*. Selain mempermudah pembaca dalam mencari informasi melalui *smartphone*, hal yang paling utama dengan adanya *Pijarnews* ini berpengaruh pada peningkatan trafik *website* portal berita yang berkaitan dengan sistem *SEO* (*Search Engine Optimize*) di *Google*. Sistem ini mengacu pada robot *Google* yang meng-*handle* jumlah trafik media yang sering banyak muncul menggunakan kata kunci dan juga menarik pengunjung dan sumber pemasukan utama media.

⁴⁶Majid, "Analisis Segmentasi Pasar Pengguna Bus Wisata Werkudara," *Surakarta. Jurnal Nasional Pariwisata*, 2014, h 23–24.

Perencanaan adalah proses penyusunan rencana, penetapan aturan, dan penetapan tujuan. Proses perencanaan menentukan proyeksi dan kebijakan media yang akan dihasilkan melalui rapat redaksi. Proyeksi dalam rapat redaksi meliputi perencanaan tentang berita yang akan disajikan, menentukan visi, misi, rubrikasi, nilai berita hingga kode etik jurnalistik. Dari hasil rapat redaksi akan menentukan kebijakan media mengenai jenis dan tema-tema tulisan atau berita yang akan dimuat. Perencanaan dalam manajemen redaksional untuk surat kabar harian (cetak) adalah penentuan kebijakan isi pemberitaan untuk esok harinya, dan membahas berita-berita yang perlu ditindaklanjuti.⁴⁷ Dalam perencanaan di media cetak menekankan bertatap muka setiap harinya dalam sebuah rapat redaksi yang diadakan setiap hari, pada pagi dan sore hari. Rapat dihadiri beberapa redaktur dan pemimpin redaksi serta wajib hadir seluruh reporter. Perencanaan redaksi yang dilakukan oleh *Pijar news* dilakukan setiap akhir bulan.

Informan menyampaikan berbagai strategi yang mereka lakukan untuk meraih popularitas di media. Namun peneliti Penyajian informasi secara meluas melalui media massa atau media *online* kepada publik. Dengan kata lain, sebuah metode baru penyajian informasi dan fakta dengan menggunakan bantuan atau perantara internet. Adapun berita yang sering dibaca oleh kalangan Umur 37-60.

1) Politik

Setiap media khususnya media *online* menyajikan berita diberbagai kanal seperti politik dan kriminal. Adapun secara spesifik pemberitaan media *online* atau

⁴⁷Ula, "Manajemen Redaksi Riauterkini.com Dalam Menghadapi Persaingan Media Online Di Riau," *Jom Fisip* Volume 2, no. 1 (2015): h. 18.

media *online Pijarnews* adalah sebagai berikut yang diungkapkan oleh Bapak Alfiansyah Anwar pendiri *Pijarnews*.

Seperti yang sudah saya jelaskan sebelumnya, *Pijarnews* bukanlah media *online* yang khusus menasar pasar tertentu. Jadi semua saluran dianggap sama dan harus diisi. Ada tidaknya saluran yang memiliki informasi lebih banyak dibandingkan saluran lain bergantung pada keadaan dan kondisi saat ini, tren jumlah pembaca, atau kolaborasi dengan lembaga tertentu. Misalnya, saat musim pemilu daerah, berita politik.⁴⁸

Dari pernyataan informan di atas, bahwa *Pijar News* bukanlah media daring yang terspesifikkan untuk pasar tertentu saja. Tetapi, semua kanal yang disiapkan wajib diisi dengan pertimbangan, ada kanal yang informasinya lebih banyak atau lebih luas dibandingkan dengan kanal yang lain, seperti gambar di bawah ini.



Gambar 4.6 berita politik *Pijar News*

Media *online* yang sifatnya umumnya yang dalam sistemnya mempunyai kebijakan dengan semua kanal yang ada. *Pijarnews.com* masuk kategori media *online* umum dengan menyajikan semua informasi. Informasi yang lebih luas tergantung dari

⁴⁸Alfiansyah Anwar, Pendiri Pijar news, *wawancara* di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

musim yang terjadi, dan berita yang ditampilkan lebih luas ketika berita *Pijarnews.com* terikat atau sedang dalam kerjasama dengan instansi.

2) Kriminal

Makna bentuk dalam berita kriminal di media *online Pijar News* dapat dilihat dari dua hal yaitu, posisi subjek-objek dan posisi penulis pembaca. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam uraian di bawah ini.

Jika ingin menulis berita kriminal yang layak untuk dipublikasikan, ada baiknya Anda memahami apa saja yang termasuk dalam Kode Etik Jurnalistik Indonesia bagi Jurnalis. Etika jurnalistik merupakan landasan moral dan pedoman perilaku yang harus ditaati oleh jurnalis, serta menjadi pedoman dan arahan bagi jurnalis dalam menjalankan tugas jurnalistiknya. Referensi ini mendefinisikan apa yang baik dan buruk dalam proses pemberitaan dan penerbitan berita dan apakah sesuatu itu dapat dilakukan. Kode etik jurnalistik juga merupakan wujud pers yang bebas dan bertanggung jawab.

Pijar News memiliki ciri khas sendiri untuk menarik minat pembaca dalam penyajian berita kriminal meskipun itu menyalahi aturan penulisan berita yang baik dan benar misalnya, *Pijar News* menampilkan gaya judul berdasarkan kalimat. Hal ini mungkin disayangkan jelas-jelas melanggar kaidah penulisan judul, yaitu huruf pertama setiap kata yang menyusun judul suatu artikel (termasuk judul berita) harus ditulis dengan huruf kapital, kecuali kata depan, partikel dan konjungsi.

3. Liburan

Pijar News terhadap pemilihan isu dalam sebuah berita hiburan merupakan kunci penting untuk mendapatkan inti informasi yang akan dikonsumsi masyarakat. Pemilihan topik seringkali juga mempengaruhi pandangan pembaca terhadap

peristiwa. Peristiwa yang sama dapat memberi media pilihan ganda untuk mengekspresikan pandangan mereka. Di sinilah pentingnya isu ini muncul, terutama karena informasi yang dipilih media untuk disampaikan kepada publik dapat memberikan informasi kepada pembaca.

Pertanyaan-pertanyaan itu sendiri juga perlu memiliki informasi yang mendalam atau lengkap agar tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat saat mengabadikan peristiwa tersebut. Kedalaman juga memberikan alternatif terhadap pandangan peristiwa yang lebih luas dan holistik, yaitu tidak hanya dari satu sisi tetapi mencakup semua sisi.

b. Segmentasi Pembaca *Pijar news* di kalangan pelajar

Minat membaca beritanya pelajar masih rendah, ketika ditanya pada umumnya pelajar menjawab kurang gemar membaca terutama kalangan laki-laki. Menurut kalangan laki-laki membaca berita itu cenderung untuk orang tua, karena pada umumnya menceritakan kisah para remaja perempuan. Remaja laki-laki lebih suka bermain PS dari pada membaca berita. Adapun yang gemar membaca tapi membaca majalah bola atau malah otomotif. Adanya minat atau ketertarikan yang lebih dalam diri dapat berpengaruh pada tingginya kemampuan remaja dalam memahami karya sastra. Kemampuan pemahaman yang tinggi akan membantu remaja meningkatkan kemampuan menanggapi atau meresepsi suatu karya sastra.

Pijar news mencerminkan bagaimana konsumen merespons pengetahuan mereka tentang perbedaan yang dimiliki oleh merek tersebut. *Pijar News*, hal ini mengacu pada sejauh mana pembaca mengidentifikasi dan merasakan perbedaan yang ada pada merek ini dibandingkan dengan media *online* lainnya. Faktor seperti

perbedaan, relevansi, pengetahuan, dan penghargaan konsumen terhadap merek ini menjadi penting dalam memahami kekuatan *brand equity*.

Dalam media *online* seperti pada umumnya yang digolongkan dalam bentuk kategori pemberitaan, *Pijar News* tergolong dalam media seperti media daring, Media daring yang mana media ini sifatnya umum. Jadi bukan untuk pasar pembaca yang spesifik atau tertentu saja. bahwa *Pijar News* tergolong dalam media *online* umum yang menyajikan informasi dan pemberitaan sesuai dengan fakta yang terjadi dilapangan. *Pijarnews* juga tergolong media *online* daring yang merupakan sebuah metode baru penyajian informasi yang menggunakan bantuan internet.

Hal yang sama juga diungkapkan lebih jelas oleh direktur berita-sulsel.com yaitu bapak Alfiansyah Anwar pendiri *Pijarnews* sebagai berikut:

Seperti diketahui, media *online* berkembang dengan pesat di Sulawesi selatan. Khususnya di kota Parepare. Namun, dari banyaknya media *online* ini, sangat jarang ditemui media *online* yang menyajikan berita dengan konten khusus. Seperti halnya rubrik pendidikan, untuk itu *Pijarnews.com* hadir dengan „spirit baru Sulawesi selatan“ yang lebih fokus pada bidang pendidikan. Sekedar diketahui, media *online* di Sulawesi selatan masih jarang ditemui yang berfokus pada rubrik pendidikan. Padahal jumlah pembaca rubrik pendidikan sangat besar. Terutama pada masa pendaftaran mahasiswa baru.⁴⁹

Dilihat dari penjelasan di atas, media *online* berkembang pesat di Sulawesi Selatan, khususnya di Kota Parepare. Tidak sedikit media *online* yang menawarkan berita dengan konten khusus seperti yang ditawarkan *PijarNews* yang fokus pada saluran pendidikan.

Secara umum, terdapat banyak media *online* di Ajatapparang. Namun hanya sedikit media *online* yang berkembang pesat dan lebih fokus pada pemberitaan

⁴⁹Alfiansyah Anwar, Pendiri Pijar news, *wawancara* di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

pendidikan, oleh karena itu media Berita-sulsel.com lahir untuk memuaskan hasrat pembaca terhadap bidang pendidikan.

Segmen media *online* yang ditampilkan *Pijar News* juga berbeda-beda, segmen yang ditampilkan bersifat generik yaitu politik, kriminal, hukum, dan lain-lain. Namun, saluran pendidikan adalah salah satu yang lebih menonjol daripada saluran-saluran ini. Karena, dengan kondisi Sulawesi Selatan yang membutuhkan informasi yang mengedukasi masyarakat bahwa dunia pendidikan sangat perlu dan sangat bermanfaat. Dari itu masyarakat juga mampu melihat dan memilih yang mana pemberitaan yang baik mereka konsumsi dan yang mana yang kurang layak dikonsumsi.

c. Segmentasi Pembaca *Pijar news* darikalangan Perempuan umur 25-34 Tahun

Media *online* saat ini banyak digunakan sumber informasi yang dapat cepat diakses secara cepat. Pembaca *Pijar News* lebih memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi. Berbagai media cetak baru menghadapi kenyataan bahwa pasar tidak cukup untuk menampung produk sejenis yang sedemikian banyak. Pasar pun mulai menyaring dengan melihat nilai suatu produk media cetak dibandingkan dengan produk lainnya. Adapun berita yang sering dibaca oleh perempuan umur 25-34 tahun sebagai berikut:

1) Rubrik Keluarga

Pijar News menentukan sasaran perempuan umur 25-34 tahun yang mana yang harus diberitakan untuk layak dikonsumsi oleh khalayak dan bisa mendapatkan penghasilan materi bagi *Pijar News*. Keuntungan kanal Praktis dalam rumah tangga mendapatkan pembaca yang banyak, mendapatkan jalur bisnis yang tidak kalah

dengan kanal yang lain. Lebih Amriani Sekertaris *Pijar News* juga menguraikan hal tersebut, bahwa

Yang pertama adalah pembaca, dimana diketahui setiap harinya banyak masyarakat yang membutuhkan informasi Praktis dalam rumah tangga. Baik itu mengenai profil maupun kegiatan-kegiatan yang dapat menjadi referensi baru bagi pembaca. Rubrik rumah tangga lebih banyak menyajikan berita positif yang memberikan spirit baru sebagaimana tagline *Pijar News*. Selain memberikan informasi yang aktual. Dimana rubrik Ibu Rumah tangga memiliki potensi pembaca yang besar. Sehingga, kehadiran pembaca ini dapat menghasilkan pendapatan tersendiri bagi *Pijar News* melalui iklan.⁵⁰

Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa keuntungan pertama *Pijar News* memilih kalangan ibu-ibu sebagai pembaca. Dimana di setiap harinya banyak ibu rumah tangga yang membutuhkan informasi dalam membangun rumah tangga yang *Sakinah*, baik mengenai profil maupun kegiatan yang dapat menjadi referensi baru bagi pembaca. Seperti gambar di bawah ini.



Gambar 4.7 Rubrik Keluarga *Pijar News*

Kanal rubrik keluarga lebih banyak menyajikan berita positif yang memberikan spirit baru sebagaimana pada taglinennya *Pijarnews.com*. Dengan

⁵⁰Amriani, Sekertaris Pijar News, *wawancara* di Kantor Pijar Parepare, tanggal 1 Desember 2023

banyaknya pembaca juga dapat menambah lahan bisnis bagi *Pijar News*. Dalam keuntungan yang didapatkan *Pijar News* pada rubrik praktik dalam rumah tangga, tentunya mulai dari pembaca yang banyak hingga adanya lahan bisnis yang memberikan keuntungan bagi *Pijarnews*.

2) Berita Kuliner

kelebihan *Pijar News* sosial saat ini, apalagi Instagram *Pijar News* memiliki fitur ini dan memudahkan kita berbagi informasi dengan pengguna akun lainnya. Dengan adanya fitur komentar dapat memudahkan penggunanya dalam berbagi informasi dengan teman-temannya, hal ini juga yang dirasakan oleh informan sebagai pengakses akun *Pijarnew*.

Pijar News menggunakan *Instagram* adalah salah satu cara untuk menginformasikan kuliner yang sedang mereka makan dan masuk ke dalam sebuah pembentukan identitas. Strategi selanjutnya adalah memposting foto makanan hingga menandai akun-akun kuliner.

B. Pembahasan

1. Strategi media online *Pijar News* membangun segmentasi pembaca.

Pada dasarnya konsep pemberitaan di media sama. Berita ditulis berdasarkan hasil liputan fakta dilapangan yang dianggap up date, penting, dan menarik, Karena itu bentuk penyajiannya pun juga diatur sedemikian rupa, sehingga pembaca bisa mengetahui pesan utama yang terkandung dalam berita. Pemberitaan pada media *online* pun menyajikan berita secara *up to date* dengan bahasa yang dekat dengan pembaca mencakup seluruh kalangan, dan penulisan lebih terstruktur (EYD harus benar).

Salah satu media *online* yang memiliki beberapa karakter tersebut adalah *Pijar News* yang sudah cukup lama eksis dan merebut hati pembaca khususnya di Kota Parepare. Portal ini dipegang oleh tenaga-tenaga handal dan profesional di bidang jurnalistik. Selalu menghadirkan isu-isu pemberitaan yang baru sesuai perkembangan di masyarakat dan ikut mendorong kemajuan Sulawesi Selatan (khususnya di wilayah Ajatapparang).

Pijar News merupakan salah satu media pemberitaan yang tergolong dalam media pemberitaan *online* yang ada di Sulawesi Selatan. *Pijar News* meramu berita secara aktual, update dan terpercaya. Dengan menampilkan pemberitaan yang cukup menarik perhatian khalayak untuk membaca berita yang disajikan oleh *Pijar News*. Berdasarkan hal-hal tersebut, beberapa strategi yang dilakukan oleh *Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca yaitu:

a. Produk Sebagai Strategi *Pijar News* Dalam Membangun Segmentasi Pembaca

Dalam memilih isu pemberitaan, *Pijar News* selalu mengangkat isu yang hangat di masyarakat dan dekat dengan masyarakat khususnya di Ajatapparang. Isu yang dimuat pada pemberitaan khususnya headline news tidak lepas dari isu-isu tentang persoalan perkotaan khususnya kota Parepare.

Berita yang dimuat di portal *online Pijar News* berbeda dengan berita di versi cetak karena bisa saja isu yang muncul di versi *online*, *Pijar News* memastikan bahwa berita yang ada di portal Konten yang dikirimkan tidak akan memuat dan mencetak konten berita yang sama persis. Untuk berita yang dikeluarkan tidak menentukan berapa banyak ruang yang dibutuhkan, yang penting berita tersebut lengkap, dengan

mengutamakan berita yang diperoleh wartawan di tempat kejadian, dan hanya mengambil berita yang berharga.

Pada saat ini *Pijar News* telah mempertahankan eksistensinya di hadapan berbagai media *online*, ini dikarenakan *Pijar News* tetap konsisten dengan menjadi Media yang memeberikan informasi kepada masyarakat khususnya kota Parepare Selama 24 Jam dengan selalu menerbitakn berita yang sedang berkembang di masyarakat.

Penulis menyimpulkan bahwa dalam menerbitkan pruduk dengan isu dan angle berbeda, yang setiap beritanya dinantikan oleh masyarkat dengan beragam terobosannya yang memberikan warna baru bagi para pembacanya. Strategi pemberitaan yang efektif didukung oleh sumber daya manusia yang mampu membuat kualitas layanan berita portal tersebut banyak diminati masyarakat. *Pijar News.com* sudah menjadi portal terkemuka sebagai portal yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini.

b. Pemilihan Brand sebagai strategi dalam membangun segmentasi pembaca

Pijar News mencakup sejumlah aspek dalam memastikan keberhasilan, keterlibatan, dan kepercayaan dari *audiens*. Optimalisasi situs *web* untuk mesin pencari (SEO) agar mudah ditemukan oleh pembaca. Menyediakan berbagai jenis konten seperti artikel, video, podcast, infografis, dan interaktif. Ini membantu menarik berbagai macam pembaca. Prioritaskan keamanan informasi dan privasi pengguna dengan menggunakan protokol keamanan yang kuat untuk melindungi data dan informasi sensitif. Fokus pada produksi konten yang berkualitas tinggi dengan memastikan berita yang disajikan akurat, berimbang, dan relevan. Ini dapat

meningkatkan keterlibatan dan retensi pembaca.ada beberapa aspek penting terkait dengan *brand*:

1) *Brand equity*

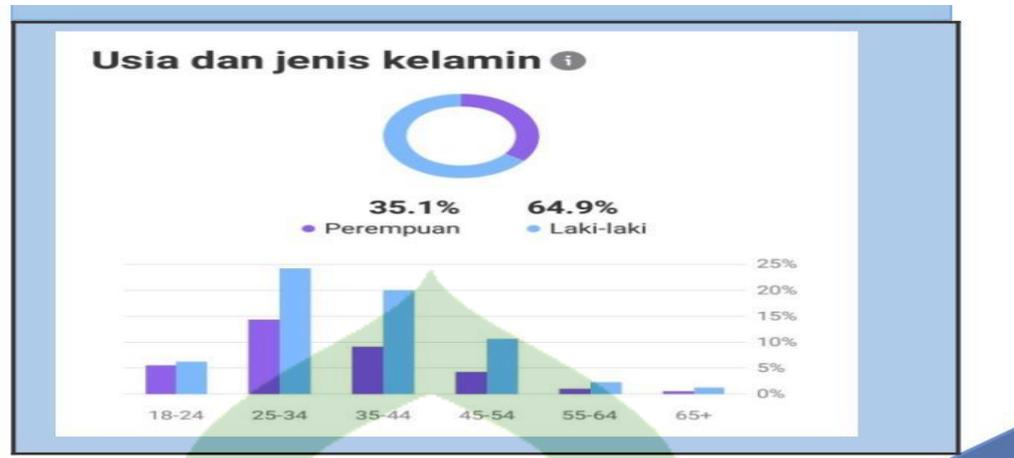
Brand equity mencerminkan bagaimana konsumen merespons produk dan pemasarannya berdasarkan pengetahuan mereka tentang perbedaan yang dimiliki oleh merek tersebut. dalam *Pijar News*, hal ini mengacu pada sejauh mana pembaca mengidentifikasi dan merasakan perbedaan yang ada pada merek ini dibandingkan dengan media *online* lainnya.

Berita kriminal dan politik banyak diterbitkan oleh *Pijar News* telah banyak yang di respon oleh masyarakat karena politik dan kriminal mempunyai ciri khas tersendiri hingga memancing pembaca di kalangan remaja.

Menyajikan berita dengan cepat dan responsif terhadap peristiwa terkini. Pembaruan cepat dapat membantu menarik pembaca yang mencari informasi terbaru. Menawarkan *news letter* reguler kepada pembaca yang berlangganan. Menggunakan *email marketing* untuk berkomunikasi langsung dengan pembaca dan memberikan konten eksklusif. Selain menyajikan berita, berikan konten edukatif dan informatif. Pertimbangkan untuk mengintegrasikan praktik berkelanjutan dan etika lingkungan dalam operasi dan pelaporan berita Anda. Ini dapat meningkatkan citra merek dan menarik pembaca yang peduli dengan isu-isu tersebut.

2) *Brand Value*

Nilai merek adalah penilaian finansial atas *brand*. Pada konteks *Pijar News*, hal ini berarti menilai sejauh mana merek ini bernilai di pasar berdasarkan jumlah pembaca dan tingkat pengenalan merek tersebut. Dalam *Pijar News* kalangan pembaca kebanyakan pria 65 persen, wanita 35persen, seperti gambar di bawah ini:



Gambar 4.8 Company Profil PT Pijar News

Bukan hanya remaja saja tapi ada beberap segmentasi .misalnya berita baru baru ink hanya dibuat berita tentang artis, kpop dan drama korea atau artis" /indonesia atau luar negeri dan pasti ada beberapa remaja yang suka tentang hal itu. Kalau berbicara tantang pembacanya itu flutuatif dan tidak bisa disasar.

3) *Brand Image*

brand image merupakan sebagai serangkaian keyakinan yang dimiliki oleh konsumen terkait dengan suatu merek. *Pijar News* memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan dan berinteraksi dengan *audiens* dan menggunakan iklan berbayar jika diperlukan. Menggunakan alat analisis untuk melacak kinerja konten, perilaku pengguna, dan tren industri. Analisis data membantu membuat keputusan yang lebih baik.⁵¹ Menerapkan strategi pemasaran konten untuk mempromosikan konten unggulan dan memperluas jangkauan. Gunakan iklan berbayar untuk mempercepat pertumbuhan. Bekerja sama dengan pihak lain, seperti organisasi berita lainnya,

⁵¹Ferrinadewi, *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Jakarta: Graha Ilmu, 2009). h. 223

influencer, atau lembaga pendidikan. Kemitraan dapat membantu memperluas cakupan dan sumber daya.

c. Strategi Promosi dalam membangun segmentasi pembaca

Menggunakan media sosial sebagai bagian dari strategi promosi berita *online* adalah pendekatan yang sangat efektif karena memberikan akses langsung kepada *audiens* yang luas. Identifikasi *platform* media sosial yang paling sesuai dengan *audiens* target adalah hal yang penting untuk dilakukan. Misalnya, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *LinkedIn* memiliki demografis yang berbeda. Dalam konteks *Pijar News*, strategi promosi yang digunakan adalah menggunakan *Instagram* dan *Facebook*.

Pada prinsipnya, *Instagram* dan *Facebook* mempunyai info demografis sebagai berikut:

- *Instagram* lebih populer di kalangan pengguna muda, terutama di antara generasi Z.
- *Facebook* tetap relevan di kalangan orang dewasa dan kelompok usia yang lebih tua.
- Baik *Instagram* maupun *Facebook* memiliki keberagaman pengguna dalam hal gender.
- Kedua *platform* memiliki *audiens global*, tetapi preferensi regional dan nasional bisa berbeda.

Pijar News menggunakan *Facebook* dan *Instagram* karena menjadi salah satu *media social* yang paling diminati saat ini di kalangan masyarakat Indonesia khususnya Sulawesi Selatan. Untuk menggaet pembaca di kalangan anak muda, *Instagram* sangat efektif untuk dijadikan tempat promosi berita karena dijangkau lebih banyak kalangan muda. Kalangan muda sangat tertarik kepada berita *online* dan

bahkan lebih banyak mendapatkan berita hanya dari *online*. Keputusan *Pijar News* dalam menggunakan *Instagram* merupakan strategi yang paling efektif.

Thumbnail yang menarik dan informatif dapat menjadi elemen kunci dalam promosi berita *online*. *Thumbnail* adalah gambar kecil yang mewakili atau menggambarkan konten tertentu, dan seringkali digunakan untuk menarik perhatian dan mendorong pengguna untuk mengklik dan membaca berita. *Thumbnail* yang baik dapat membantu meningkatkan tingkat klik dan meningkatkan keterlibatan pembaca.

Promosi di *Instagram* dapat sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas, menjangkau *audiens* yang lebih luas, dan membangun keterlibatan. Promosi berita di *Instagram* dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai fitur dan strategi khusus. Menggunakan *Instagram Stories* untuk memberikan berita ringan dan sementara. dengan menyertakan cuplikan, gambar, atau teks yang menjelaskan topik berita terkini. Manfaatkan fitur *live streaming* untuk memberikan pembaruan langsung atau wawancara terkait berita terkini. Ini dapat meningkatkan keterlibatan pengikut dan memberikan nuansa waktu nyata. Menggunakan fitur iklan berbayar *Instagram* untuk meningkatkan jangkauan berita dapat menargetkan iklan berdasarkan demografi, minat, dan perilaku tertentu.

d. Strategi *Pijar News* dalam menjaga akurasi berita terkait kecepatan penyajian berita *online*.

Pijar News menerapkan berbagai strategi untuk menjaga keakuratan berita termasuk kecepatan *update* berita:

1) Strategi akurasi.

Setiap *editor* media bertanggung jawab memilih isu berita. Tujuan dari pertanyaan dalam berita adalah untuk memprediksi kejadian di masa depan, kejadian

yang berkaitan dengan kemajuan atau krisis ekonomi, moneter, sosial, politik, hukum, nasional. Dalam konteks ini, isu berita sering disebut dengan rumor, desas-desus, dan gosip.

Pijar News mempunyai strategi atau pendekatan tersendiri dalam memilih isu yang akan dimuat dalam berita. Koordinator Cakupan bertanggung jawab dan berwenang menentukan pilihan. dan manajemen tingkat atas melihat item berita tertentu. Pada rapat perencanaan cerita, diskusikan pertanyaan *editor* mengenai identifikasi berita yang telah disampaikan, dan menjadi pilihan *editor* apakah akan mempublikasikan berita tersebut.

Pada saat pemilihan topik berita, ringkasnya portal media *online Pijar News* selalu mengedepankan topik yang sedang hangat dan dekat dengan masyarakat. Ketika memilih topik berita, khususnya di Ajatapparang. Berita terutama headline, tidak lepas dari isu-isu yang terkait kota.

Melaporkan suatu peristiwa adalah peristiwa yang dibuat oleh humas untuk meyakinkan redaktur atau reporter tentang kelayakan berita dari orang dalam, peristiwa, barang, atau jasa, dengan tujuan mendidik khalayak dengan materi yang informatif dan menarik. Prosedur pertama adalah tampilan pemilihan berita, yang menentukan peristiwa mana yang boleh dan tidak boleh diliput. Berita tidak dilaporkan sampai telah diperiksa oleh redaktur, yang memutuskan informasi apa yang paling penting untuk dimasukkan dan apa yang dapat dihilangkan.

2) Strategi Kedua adalah Soal Kecepatan

Jelas, selain penulisan berita, kecepatan sangat penting karena merupakan salah satu kebutuhan berita *online* dan memungkinkan pembaca memperoleh berita secara *real time* saat peristiwa berlangsung.

Pertimbangan waktu yang disediakan sangat terbatas maka setiap berita dan video dibuat tidak terlalu panjang agar masyarakat lebih mudah untuk membaca atau menontonnya. Lebih leluasa tanpa perlu terkekang oleh waktu penerbitan dapat diakses dimana dan kapan saja selama di dukung oleh jaringan internet tetapi karena kecepatan itu pula media *online* biasanya lalai dalam penulisan.

Karena setiap pesan dan video memiliki alokasi waktu yang terbatas, mereka harus ringkas agar orang lebih mudah dalam membacanya, seperti yang ditunjukkan pembaca, pembaca dapat menonton lebih bebas tanpa memperhatikan kapan diterbitkan selama koneksi ke internet tersedia, dapat diakses dari mana saja namun demikian, kecepatan produksi media *online* sering kali lalai dalam penulisan

e. Strategi penyajian

Dalam memadukan sebuah konsep media *online* Samin News menyajikan berita dengan rumus 5W+1H dengan follow up news. Dengan memadukan konsep penyajian tersebut, media *Online Pijar News* menjadi portal yang menyajikan berita berkualitas, berdasarkan prinsip-prinsip idealisme media massa yang kredibel. Pesan kepada pembaca tidak diturunkan begitu saja, juga tidak semudah membalikkan telapak tangan. Sebuah pesan mengalami banyak perubahan dan transformasi sebelum akhirnya lahir memerlukan waktu dan beberapa tahapan. Seorang reporter ketika mendapatkan berita yang ditemukan di lapangan segera mungkin dikirimkan ke redaktur melalui *via e-mail*, dan tim redaktur dengan sigap langsung menyunting berita yang dikirimkan wartawan untuk dikoreksi bagian berita yang penulisannya layak untuk dipublikasikan atau tidak sebelum berita tersebut di publikasikan di portal media *online* ..

2. Bentuk Segmentasi Pembaca di dalam strategi Media *online Pijar News*

Dalam permasalahan bentuk Segmentasi pembaca dalam strategi *Pijar News*, dikategorikan tiga bentuk segmentasi yaitu Segmentasi pembaca dari kalangan umur 37-60, segmentasi pembaca dari kalangan pelajar, dan segmentai pembaca dari kalangan ibu rumah tangga, adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Segmentasi pembaca dari kalangan Umur 37-60

Segmentasi pembaca terhadap kalangan umur 37-60 yang mereka lakukan untuk meraih popularitas di media. namun peneliti Penyajian informasi secara meluas melalui media massa atau media *online* kepada publik. Dengan kata lain, sebuah metode baru penyajian informasi dan fakta dengan menggunakan bantuan atau perantara internet. Berdasarkan dari hasil penelitian di atas maka peneliti menemukan berita yang sering di baca oleh kalangan umur 37-60 sebagai berikut:

1) Berita politik

Pijarnews bukanlah media *online* yang khusus menyasar pasar tertentu. Jadi semua saluran dianggap sama dan harus diisi. Ada tidaknya saluran yang memiliki informasi lebih banyak dibandingkan saluran lain bergantung pada keadaan dan kondisi saat ini, tren jumlah pembaca, atau kolaborasi dengan lembaga tertentu. Misalnya, saat musim pemilu daerah maka berita politik banyak di baca oleh kalangan pjabat.

Direktur *Pijar News* menyatakan bahwa kalangan umur 37-60 sering membaca berita politik pada harian. Dengan demikian dapat disimpulkan kalangan umur 37-60 sering membaca berita politik pada harian *Pijar News*, berita-berita politik tersebut dibaca setiap hari oleh pembaca, hal ini mengindikasikan bahwa berita-berita politik pada harian *Pijar News* disukai dan diminati oleh pembaca.

2) Berita Kriminal

Sebagai penulis berita, wartawan seringkali melakukan “permainan” kata-kata untuk membuat kalimat dalam sebuah berita agar lebih variatif. Perihal tersebut, secara bersamaan dan tanpa disadari akan memperlihatkan keberpihakannya sebagai penulis. Keberpihakan seorang penulis atau wartawan merupakan ungkapan maksud yang ingin diperjelas dan membuat seseorang berimaji tentang fakta yang didapatkan dengan pengembangan berita yang telah berkembang.

Direktur *Pijar News* menyatakan bahwa kalangan umur 37-60 sebagiantelah membaca berita kriminal pada harian. Dengan demikian dapat disimpulkan ada beberapa kalangan umur 37-60 telah membaca berita kriminal pada harian *Pijar News*, berita-berita kriminal tersebut dibaca setiap hari oleh pembaca, hal ini mengindikasikan bahwa berita-berita kriminal pada harian *Pijar News* disukai dan diminati oleh pembaca.

C. Segmentasi pembaca dari kalangan pelajar

Pijar News menentukan sasaran pendidikan yang mana yang harus diberitakan untuk layak dikonsumsi oleh khalayak dan bisa mendapatkan penghasilan materiil bagi *Pijar News*.

Dapat diketahui bahwa keuntungan pertama *Pijar News* memilih kanal pendidikan ialah pembaca. Dimana disetiap harinya banyak masyarakat yang membutuhkan informasi pendidikan, baik mengenai profil maupun kegiatan yang dapat menjadi referensi baru bagi pembaca. Kanal pendidikan lebih banyak menyajikan berita positif yang memberikan spirit baru sebagaimana pada taglinenya *Pijar news*. Dengan banyaknya pembaca juga dapat menambah lahan bisnis bagi *Pijar News*. Dalam keuntungan yang didapatkan *Pijar News* pada kanal pendidikan,

tentunya mulai dari pembaca yang banyak hingga adanya lahan bisnis yang memberikan keuntungan bagi *Pijar News*.

b. Segmentasi Pembaca dari kalangan perempuan umur 24-35 tahun

fokus pemberitaan *Pijar News* memang pada perempuan dewasa yang membutuhkan Informasi tentang mengurus keluarga, banyak penelitian juga yang mampu ditampilkan dan memang layak dan sangat patut dikonsumsi oleh masyarakat melalui informasi yang disajikan oleh *Pijar News* pada kanal keluarga. Berdasarkan dari hasil penelitian di atas maka peneliti menemukan berita yang sering di baca oleh kalangan perempuan sebagai berikut:

1) Berita Rumah Tangga

Pijar News yang fokus pada pemberitaanya pada kanal keluarga, lebih memilih sasaran pemberitaan pada informasi tentang mengurus keluarga yang layak diberitakan tetap diberitakan jika memang perlu. pemilihan kanal keluarga dan objek pemberitaan tidak serta merta dipilih, ada kebijakan-kebijakan tertentu yang menjadi landasan memilih objek pemberitaan itu.

2) Berita kuliner

Wisata kuliner adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk mencicipi kuliner khas suatu daerah untuk memenuhi rasa ingin tahu akan cita rasa dan keunikan dari kuliner tersebut. *Pijar News* mempunyai ciri khas yang dalam menuangkan sebuah berita kuliner yang ada di Sulawesi Selatan, Dengan demikian dapat disimpulkan kalangan ibu-ibu sering membaca berita kuliner pada harian *Pijar News*, berita-berita kuliner tersebut dibaca setiap hari oleh pembaca, hal ini mengindikasikan bahwa berita-berita kuliner pada harian *Pijar News* disukai dan diminati oleh pembaca.

3) Beritu Liburan

Pijar News dalam informasi pemberitaan wahana objek wisata baru yang ada di Sulawesi Selatan yang tayang di akun sosial media *Pijar News* telah memberikan penambahan pengetahuan dan sumber referensi untuk melakukan tujuan alternatif wisata oleh masyarakat. Melalui realitas informasi yang mengangkat nilai-nilai sosial kemasyarakatan, budaya, dan alam lingkungan di sekitar wahana objek wisata baru yang tersaji dalam pemberitaann telah membuat persepsi seluruh elemen masyarakat menjadi sadar dan cenderung untuk berkunjung ke lokasi objek wisata. Suatu wahana objek wisata baru dapat menjadi nilai berita dan sekaligus sebagai sarana edukasi, informasi, dan promosi ke masyarakat luas.

Agar dapat memahami dengan mudah hubungan bentuk segmentasi dengan rubrikasi berita, maka diuraikan dalam bentuk tabel berikut:

No.	Bentuk segmentasi	Jenis berita	Hubungan
1).	Kalangan Umur 37-60	Berita Politik Di Pinrang APK Paslon Presiden No 2 Ditertibkan  <small>EDITOR: MUHAMMAD TOHR 18 JULI 2024</small> PINRANG, PIJARNEWS.COM – Badan Pengawas Pemilu Kecamatan Wattang Sawitto, Kabupaten Pinrang, melakukan penertiban Alat Peraga Kampanye (APK) Pasangan Calon Presiden nomor 2, Prabowo-Gibran. Dari pantauan PijarNews, APK tersebut terpasang di...	Direktur <i>Pijar News</i> menyatakan bahwa kalangan umur 37-60 sering membaca berita politik pada harian. Dengan demikian dapat disimpulkan kalangan umur 37-60 sering membaca berita politik pada harian <i>Pijar News</i> , berita-berita politik tersebut dibaca setiap hari oleh pembaca, hal ini

			<p>mengindikasikan bahwa berita-berita politik pada harian <i>Pijar News</i> disukai dan diminati oleh pembaca.</p>
	<p>Berita Kriminal</p> <p>Kasus Kekerasan Seksual Tahanan Perempuan di Makassar, Briptu S Resmi Ditetapkan sebagai Tersangka</p>  <p>EDITOR: DIAN MUHTADIAH HAMINA 6 JANUARI 2024</p> <p>MAKASSAR, PIJARNEWS.COM- Briptu S Resmi ditetapkan sebagai tersangka kasus kekerasan seksual tahanan perempuan Makassar, Jumat (5/1/2024). Penyidik PPA Polda Sulsel menetapkan Briptu Sanjaya alias Briptu S sebagai tersangka kasus pelecehan...</p>		<p><i>Pijar News</i> memiliki ciri khas sendiri untuk menarik minat pembaca dalam penyajian berita kriminal meskipun itu menyalahi aturan penulisan berita yang baik dan benar misalnya, <i>Pijar News</i> menampilkan gaya judul berdasarkan kalimat. Hal ini mungkin disayangkan karena jelas-jelas melanggar kaidah penulisan judul, yaitu huruf pertama setiap kata yang menyusun judul suatu artikel (termasuk judul berita) harus ditulis dengan huruf kapital, kecuali kata depan, partikel dan konjungsi</p>

2).	Kalangan Pelajar	<p>Berita Pendidikan</p> <p>FEBI IAIN Parepare Yudisium Perdana di 2024, Dekan Minta Mahasiswa Segera Temui Sosok Ini</p>  <p>EDIT OR: MUHAMMAD TOHIR 17 JANUARI 2024</p> <p>PAREPARE, PIJARNEWS.COM—Untuk pertama kalinya pada 2024 ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Parepare menggelar Yudisium dan berlangsung sukses. Yudisium berlangsung pada Senin (15-1-2024) di Gedung Perpustakaan lantai 5...</p>	<p>saluran pendidikan adalah salah satu yang lebih menonjol daripada saluran-saluran ini. Karena, dengan kondisi Sulawesi Selatan yang membutuhkan informasi yang mengedukasi masyarakat bahwa dunia pendidikan sangat perlu dan sangat bermanfaat. Dari itu masyarakat juga mampu melihat dan memilih yang mana pemberitaan yang baik mereka konsumsi dan yang mana yang kurang layak dikonsumsi</p>
3).	Kalangan Perempuan umur 24-35 Tahun	<p>Berita Keluarga</p> <p>Pemkot Parepare Gelar Pasar Murah di Pelataran Pasar</p>  <p>EDIT OR: MUHAMMAD TOHIR 22 NOVEMBER 2023</p> <p>PAREPARE, PIJARNEWS.COM—Pemerintah Kota Parepare kembali melakukan kegiatan pasar murah. Rabu (22/11/2023) kegiatan pasar murah dilaksanakan di pelataran pasar Wekke'e, Kec. Bacukiki. Kegiatan itu melibatkan Dinas Perdagangan, Dinas Ketahanan Pangan, Dinas...</p>	<p>Dengan adanya fitur komentar dapat memudahkan penggunaanya dalam berbagi informasi dengan teman-temannya, hal ini juga yang dirasakan oleh informan sebagai pengakses akun <i>Pijarnew</i>. <i>Pijar News</i> menggunakan <i>Instagram</i> adalah salah satu cara untuk menginformasikan kuliner</p>

			yang sedang mereka makan dan masuk ke dalam sebuah pembentukan identitas. Strategi selanjutnya adalah memposting foto makanan hingga menandai akun-akun kuliner
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Dari pembahasan di atas dapat di simpulkan Bentuk segmentasi pembaca di dalam strategi media *online Pijar News* yaitu yang pertama strategi *Pijarnews* terhadap pembaca dari kalangan Umur 37-60 yaitu sebuah metode baru penyajian informasi dan fakta dengan menggunakan bantuan atau perantara internet yang menyajikan berita diberbagai kanal seperti Politik. Yang kedua Strategi *Pijarnews* terhadap pembaca dari kalangan pelajar yaitu mereka melakukan menyajikan berita dengan konten khusus. Seperti halnya rubrik pendidikan, untuk itu *Pijarnews.com* hadir dengan spirit baru Sulawesi selatan yang lebih fokus pada bidang pendidikan. Sedangkan yang ke tiga Strategi *Pijarnews* terhadap pembaca dari kalangan Ibu Rumah Tangga yaitu *Pijar News* menyajikan berita atau informasi dalam membangun rumah tangga yang *Sakinah*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

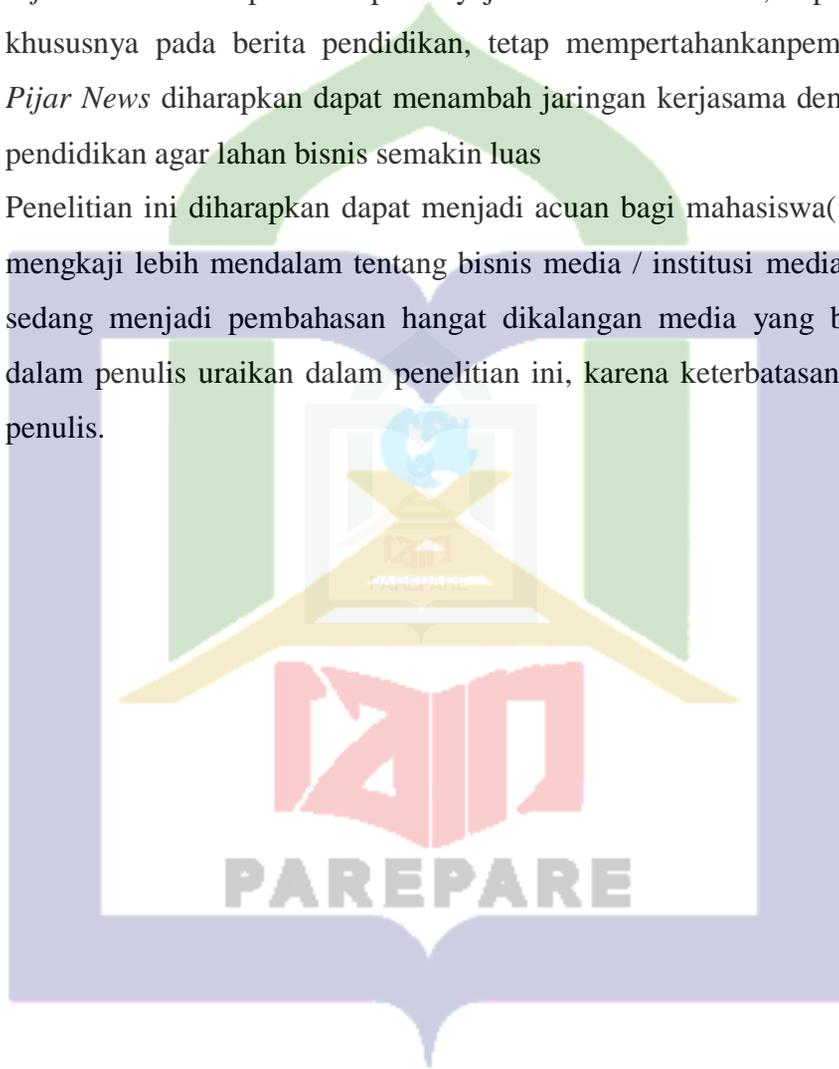
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi *Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca memiliki beberapa strategi yaitu menggunakan produk atau berita yang di sajikan berbeda menggunakan judul berita yang unik, menggunakan sosial media sebagai alat promosi, memanfaatkan akurasi berita, dan cara penyajian berita.
2. Bentuk segmentasi pembaca di dalam strategi *Pijar News* memiliki beberapa bentuk yaitu segmentasi pembaca *Pijar News* dari kalangan umur 37-60 merupakan sebuah metode penyajian informasi dan fakta seperti berita yang dibutuhkan dari kalangan umur 37-60 yaitu berita politik, segmentasi pembaca *Pijar News* dari kalangan pelajar yaitu mereka menyajikan berita dengan konten khusus seperti halnya rubrik pendidikan, dan segmentasi pembaca *Pijar News* dari kalangan ibu rumah tangga yaitu *Pijar News* menyajikan berita atau informasi dalam membangun rumah tangga.

B. Saran

Berdasarkan data dan informasi penelitian dan kesimpulan, ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada *Pijar News* dan pembaca adalah :

1. *Pijar News* diharapkan tetap menyajikan berita teraktual, cepat, terpercaya khususnya pada berita pendidikan, tetap mempertahankan pembacanya dan *Pijar News* diharapkan dapat menambah jaringan kerjasama dengan lembaga pendidikan agar lahan bisnis semakin luas
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa(i) yang ingin mengkaji lebih mendalam tentang bisnis media / institusi media *online* yang sedang menjadi pembahasan hangat dikalangan media yang belum terlalu dalam penulis uraikan dalam penelitian ini, karena keterbatasan kemampuan penulis.



DAFTAR PUSTAKA

- Agisnawati, Agis. "PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK PADA ONLINE SHOP (Studi Kasus Konsumen Online Shop Shopee Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara)." *Skripsi Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2021, h 21–22.
- Anwar, Alfiansyah. "Media Siber Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Pelaksanaan Kehumasan Perguruan Tinggi Keagamaan." *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 2023, h 30.
- Ardial. *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT BUMI AKSARA, 2014.
- Ayu, Riana Putri. "ANALISIS MARKETING MIX-7P TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PHOTOGRAPHY DAN SINEMATOGRAFI DI AKHMADMAXI PHOTOGRAPHY." *Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*, 2014, h 21.
- Burhan Bunging. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Dermanto, EB. "Strategi Redaksi Koran Online Sorotgunungkidul. Com Dalam Menarik Minat Pembaca Melalui Rubrik Gema Ramadhan 1437 H." *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2018, h 31.
- DF Kusuma dan MS Sugandi. "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts." *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2018, h 61.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2011.
- Fadillah, D. "Model Komunikasi 'WOM' Sebagai Strategi Pemasaran Efektif." *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 2015.
- Fawzi, Azhmy. "SALING PENGARUH ANTARA JURNALISTIK ONLINE, MEDIA SOSIAL DAN GENERASI Z." *PROSIDING SEMINAR NASIONAL*

- TETAMEKRAF*, 2022, h 109–10.
- Ferrinadewi. *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Jakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Handayani, Sesilia Fajar (2013). “SEGMENTASI PASAR WARUNG BURJO DIKAWASAN BABARSARI KHUSUSNYA DAERAH KLEDOKAN DAN TAMBAK BAYAN.” *Skripsi UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA*, 2013, h 11–12.
- Hartati. “Strategi Manajemen Redaksi Majalah Grazia Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Industri Majalah Lisensi Asing.” *Digital Repository Unila*, 2017.
- Hendrik, D. “Analisis Strategi Komunikasi Promosi Penjualan PT. Kredit Plus Pekanbaru.” *Universitas Islam Riau.*, 2017, h 31.
- Herman. *Jurnalistik Praktis*. Banda Aceh: Unsyiah, 2018.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar. “Metodologi Penelitian Sosial Edisi Kedua,” n.d., h. 96.
- J. Lexy Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Kusuma, S. “Posisi Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Online Di Indonesia.” *Jurnal InterAct*, 2016, h 78.
- Lexy J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. VIII. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- M Darwis Hude. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur’an*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 2002.
- Majid. “Analisis Segmentasi Pasar Pengguna Bus Wisata Werkudara.” *Surakarta. Jurnal Nasional Pariwisata*, 2014, h 23–24.
- Nanik, Irawati. “HUBUNGAN ANTARA KETERAMPILAN MEMBACA NYARING DENGAN PEMAHAMAN BACAAN PADA SISWA KELAS II SD NEGERI SE-GUGUS CANDIREJO KECAMATAN SEMANU KABUPATEN GUNUNGKIDUL.” *Thesis, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.*, 2012, h 10–11.
- Prasetyo. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Rajawali Pers, 2017.

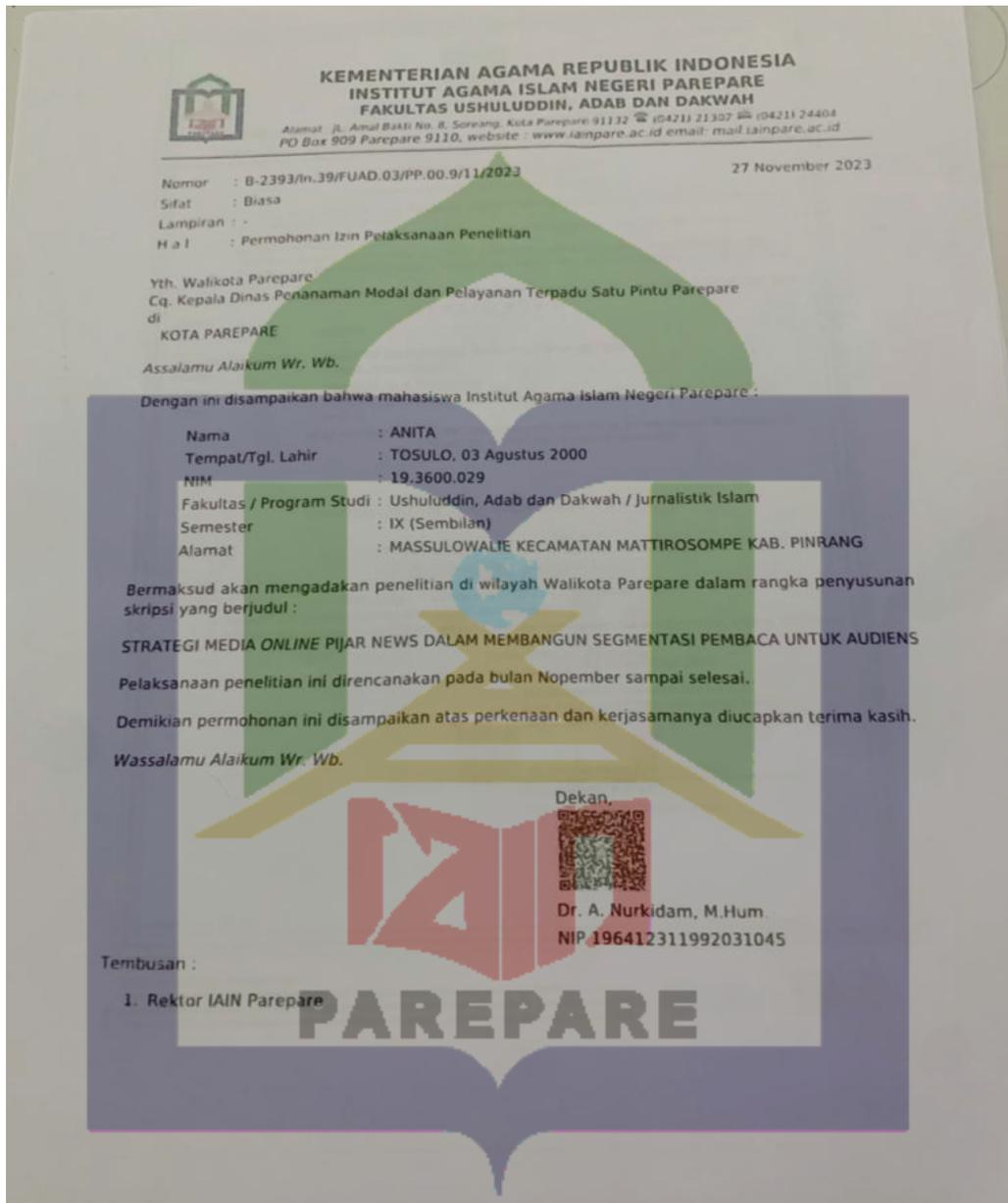
- Qholiva Yuni. “Tranformasi Media Cetak Lokal Di Indonesia: Konvergensi Media Kedaulatan Rakyat.” *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2019.
- Reza Pahlevi. “Ini Media Online Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia.” <https://databoks.katadata.co.id/>, 2022.
- Sandi Hesti Sondak, dkk. “Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara’, *Jurnal EMBA*, 7.1,” 2019.
- Satria Sakti. “Strategi Portal Berita Tribun-Timur.Com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak.” *UIN Alauddin Makkassar*, 2015, h 45.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploitatif, Enterpretif Dan Konstruktif*. Edited by Suryandari. Bandung: ALFABETA, 2020.
- Syam, Sisca. “PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI DI PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR CABANG PALOPO.” *Skripsi Thesis, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO.*, 2020, h 20–22.
- Ula. “Manajemén Redaksi Riauterkini.com Dalam Menghadapi Persaingan Media Online Di Riau.” *Jom Fisip* Volume 2, no. 1 (2015): h. 18.
- WIJANARKO, RIZKI. “ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA PELANGGAN PT SRI VARIA WISATA TOUR AND TRAVEL.” *Thesis, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA.*, 2017, h 9–10.



LAMPIRAN

PAREPARE

Lampiran 1. Surat-surat



(surat Permohonan Izin Pelaksanaan Peneliti)

SRN IP0001011


PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 1011/IP/DPM-PTSP/12/2023

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA NAMA : **ANITA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **JURNALISTIK ISLAM**

ALAMAT : **TOSULO, KAB. PINRANG**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **STRATEGI MEDIA ONLINE PIJAR NEWS DALAM MEMBANGUN SEGMENTASI PEMBACA UNTUK AUDIENS**

LOKASI PENELITIAN : **PT. PIJAR MEDIA GLOBAL**

LAMA PENELITIAN : **12 Desember 2023 s.d 07 Januari 2024**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **13 Desember 2023**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE


Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0,00

PAREPARE

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)

(surat rekomendasi penelitian)

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
	Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfiansyah Anwar
 Alamat : Parepare
 Jabatan : Direktur

Menerangkan bahwa:

Nama : Anita
 NIM : 19.3600.029
 Program studi : Jurnalistik Islam

Benar telah melakukan wawancara untuk memperoleh data dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul "Strategi media online pijar news dalam membangun segemntasi pembaca"

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 13 desember 2023



(.....)

Alfiansyah anwar

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
	Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
SURAT KETERANGAN	

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Faisal Luppy
Alamat : pinrang
Jabatan : Wartawan

Menerangkan bahwa:

Nama : Anita
NIM : 19.3600.029
Program studi : Jurnalistik Islam

Benar telah melakukan wawancara untuk memperoleh data dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul "Strategi media online pijar news dalam membangun segemntasi pembaca

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 13 desember 2023


(.....)
Faisal Luppy.

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH</p>
	<p>Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p>
<p>SURAT KETERANGAN</p>	

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu
 Alamat : Enrikang
 Jabatan : Wartawan

Menerangkan bahwa:

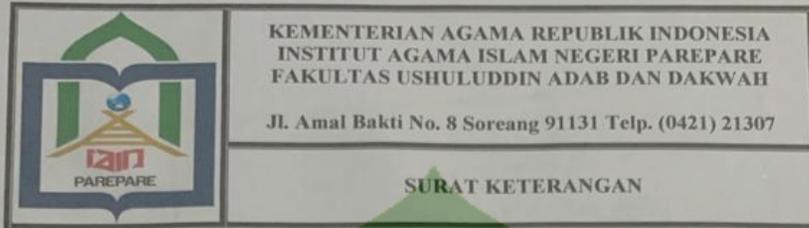
Nama : Anita
 NIM : 19.3600.029
 Program studi : Jurnalistik Islam

Benar telah melakukan wawancara untuk memperoleh data dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul "Strategi media online pijar news dalam membangun segemntasi pembaca"

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 13 desember 2023


 (.....)
 Wahyu



Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amrihani
Alamat : Parepare
Jabatan : Sekretaris redaksi

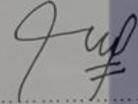
Menerangkan bahwa:

Nama : Anita
NIM : 19.3600.029
Program studi : Jurnalistik Islam

Benar telah melakukan wawancara untuk memperoleh data dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul "Strategi media online pijar news dalam membangun segemntasi pembaca

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 13 desember 2023


(.....)
Amrihani

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH</p> <p>Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p>
<p>SURAT KETERANGAN</p>	

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dian muhtadiah hamma
Alamat : Makassar
Jabatan : Pemimpin Redaksi

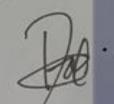
Menerangkan bahwa:

Nama : Anita
NIM : 19.3600.029
Program studi : Jurnalistik Islam

Benar telah melakukan wawancara untuk memperoleh data dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul "Strategi media online pijar news dalam membangun segemntasi pembaca"

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 13 desember 2023


(.....)
Dian muhtadiah hamma

(surat keterangan wawancara)



PT. PIJAR MEDIA GLOBAL

Kantor Pusat : Jl. Andi Sololipu No 19, Kota Parepare
Tlp/HP/WA : (0421) 292-1139 / 0811-453-2016
Kantor Perwakilan : Perumahan Batara Ugi, Blok B4/5, Sudiang,
Kota Makassar, HP/WA : 085299401997
Email: redaksi@pijarnews.com

SURAT KETERANGAN SELESAI MENELITI
NOMOR : 01/RED/PIJARNEWS.COM/I/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alfiansyah Anwar
Jabatan : Direktur Pijarnews.com

Menerangkan bahwa :

Nama : Anita
Nim : 19.3600.029
Prodi : Jurnalisitk Islam

Benar telah melaksanakan penelitian di Pijarnews.com Kota Parepare, pada 12 Desember 2023 sampai 07 Januari 2024. Dengan judul "Strategi Media Online Pijarnews dalam Membangun Segmentasi Pembaca". Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 07 Januari 2024



Alfiansyah Anwar
Direktur Pijarnews.com

PAREPARE

Lampiran 2. Dokumentasi



Wawancara dengan direktur *Pijar News* Bapak Alfiansyah Anwar (wawancara : 13 Desember 2023)



Wawancara dengan Sekertaris Redaksi *Pijar News* (Wawancara : 13 Desember 2023)

Lamiran 3. Biodata

Biodata



Anita (19.3600.29) adalah nama penulis skripsi ini. Penulis dari orang tua ayahanda Ilham dan ibu Nurjannah sebagai anak kedua dari empat bersaudara penulis di lahirkan di pinrang. Kecamatan mattiro somepe desa massulowalie pada tanggal 3 agustus 2000. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari SDN 193 tosulo (tahun 2013), melanjutkan ke SMP 4 mattiro somepe (tahun 2016), dan SMA 3 Pinrang (tahun 2019)

Hingga akhirnya mampu menempuh masa kuliah diprogram studi jurnalistik Islam Fakultas ushuluddin adab dan dakwah Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Setelah 4 tahun menjalani perkuliahan. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan Penelitian skripsi yang berjudul " strategi media *online Pijar News* dalam membangun segmentasi pembaca " untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos).