

**Analisis Strategi Penerapan *Contextualized Journalism* Pada
JOOX Update**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Dimas Muchli Erlambang

1131003076

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

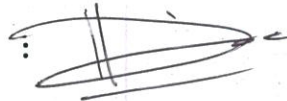
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip
maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.**

Nama : Dimas Muchli Erlambang

NIM : 1131003076

Tanda Tangan



Tanggal : 20 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dimas Muchli Erlambang
NIM : 1131003076
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Strategi Penerapan *Contextualized Journalism* Pada *JOOX Update*

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos, M.S

()

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S. Sos, M. Media Prac.

()

Penguji 2 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah berkenan memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “**Analisis Strategi Penerapan Contextualized Journalism Pada JOOX Update**”. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya masukan, saran dan kritik. Penulis mengharapkan Tugas Akhir ini yang telah dibuat memberikan manfaat yang sebaik-baiknya bagi berbagai pihak.

Dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari orang –orang yang ikut membantu dan mendukung penulis. Dengan penuh rasa ketulusan hati dan terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Allah SWT karena berkat rahmat dan izinnya laporan magang penulis bisa rampung di waktu yang tepat.
2. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa manjatkan doa untuk penulis dalam menjalakan kuliah dan menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos, M.S. Selaku pembimbing skripsi yang selalu sabar dan tabah dalam menghadapi sikap dan sifat penulis, serta selalu setia membimbing, mengarahkan, memberi saran dan memberi motivasi kepada penulis agar menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang telah memberikan dan berbagi pengalaman kepada penulis.
5. Kekasih penulis Vianda Vinzha Shabrina yang selalu memberikan doa, semangat, arahan dan motivasi kepada penulis selama melakukan perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Adik penulis Dinda Regita Aprillia yang selalu mendoakan dan menjadi motivasi penulis untuk secepatnya menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Teman –teman dekat penulis Richard, Karel, Devan, Tacha yang telah memberi *support*, motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Teman – teman seperjuangan penulis Icha (Obek), Dara, Gista yang selalu berjuang bersama serta jatuh bangun bersama hingga detik –detik terakhir pengerjaan Tugas Akhir ini.
9. Teman – teman Takis crew, David, Kak Wenny, Nadya, Cahyo yang terus memberikan perhatian dan juga supportnya kepada penulis.
10. Teman-teman dari Ilmu Komunikasi peminatan jurnalistik angkatan 2013 (Jurnal Lawak Club) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi satu sama lain
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang telah menjadi tempat untuk sharing dan juga berbagi pengalamannya selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
12. Teman – teman Komunal 2010, Komunal 2011, Komunal 2012, Komunal 2013, Komunal 2014, Komunal 2015 dan Komunal 2016 yang telah menjadi teman dan keluarga baru penulis selama menjalankan kuliah di Universitas Bakrie.
13. Dan seluruh kerabat yang telah berjasa dalam tugas akhir ini yang tidak bisa diucapkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama ini.

Jakarta,20 Agustus 2018

Dimas Muchli Erlambang

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dimas Muchli Erlambang
NIM : 1131003076
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non – Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Strategi Penerapan *Contextualized Journalism* Pada JOOX Update “

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 20 Agustus 2018

Yang menyatakan,
Dimas Muchli Erlambang



Analisis Strategi Penerapan *Contextualized Journalism* Pada JOOX Update

Dimas Muchli Erlambang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan JOOX Update dalam upaya penerapan prinsip jurnalisme *online / contextualized journalism* untuk para penggunanya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi yang sangat pesat sehingga merubah cara orang dalam mengkonsumsi musik, dari mendengarkan musik melalui media konvensional dan sekarang melalui media digital. Dengan demikian muncul lah *new media* berupa aplikasi *streaming* musik untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu dari aplikasi musik *streaming* tersebut adalah JOOX, JOOX sendiri telah menjadi salah satu aplikasi *streaming* musik pilihan di Indonesia yang telah memiliki jumlah downloader sebanyak kurang lebi 90 juta orang dengan pengguna aktif sekitar 70 juta orang dan sebanyak 70% dari penggunanya adalah generasi *millennials*. Berdasarkan prinsip dasar jurnalisme *online / contextualized journalist* dari Paul Bradshaw, peneliti akan menganalisis bagaimana strategi yang diterapkan pada masing –masing prinsip diantaranya *brevity, adaptability, scannability, interactivity* dan *community and conversation* (B.A.S.I.C) untuk para penggunanya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara secara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa JOOX Update menerapkan strategi komunikasi pada setiap prinsip - prinsip dasar jurnalisme *online/ contextualized journalism* Paul Bradshaw yang digunakan untuk menjaga para pembacanya dikalangan *millennials*.

Kata kunci : Komunikasi massa, Media baru, Strategi komunikasi, Jurnalisme *online, Millennials*.

Analisis Strategi Penerapan *Contextualized Journalism* Pada JOOX Update

Dimas Muchli Erlambang

ABSTRACT

This research aims to find out how the strategies used in the Update effort JOOX adoption of online journalism/contextualized journalism for its users. The research was distributed by a very rapid technological developments so as to change the way people in consuming music, from listening to music through conventional media and now through digital media. It thus appeared that brought new media form of application streaming music to meet those needs. One of these is streaming music application JOOX, JOOX itself has become one of the application streaming music options in Indonesia that has had as much less number of downloader lebi 90 million people with active users of about 70 million people and as much as 70% of its users is the generation of millennials. Based on the basic principles of journalism online/contextualized journalist from Paul Bradshaw, researchers will analyze how the strategies applied in each of which brevity principle each â, adaptability, scannability, interactivity and community and conversation (B.A.S.I. C) to its users. In this study researchers using qualitative descriptive method with interview techniques in depth. The results of this research show that the communication strategy Update JOOX on each of the basic principles of journalism online/contextualized journalism Paul Bradshaw used to keeping its readers among millennials.

Keywords: mass communication, New Media, strategy communication, online Journalism, Millennials.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar..	iv
Abstrak..	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar & Tabel	xi
Daftar Lampiran	xiv

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	22
2.2.1 Komunikasi Massa.....	22
2.2.2 Contextualized Journalism Dalam Perspektif Jurnalisme Online....	23
2.2.3 New Media.....	25
2.2.4 Strategi pada Prinsip Jurnalisme Online.....	27

2.2.5 AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	29
2.2.6 Pengertian Generasi Millenials.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	38
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Sumber Data.....	38
3.3.2 Teknik Pengambilan Data.....	39
3.4 Definisi Konseptual dan Oprasionalisasi Konsep.....	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	46
3.6 Pengujian Keabsahan Data.....	47
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	50

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penulisan.....	51
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.1.3 Fitur Produk JOOX.....	53
4.1.4 Struktur Organisasi dan Fungsi.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 <i>Brevity</i>	59
4.2.2 <i>Adaptability</i>	65

4.2.3	<i>Scanability</i>	67
4.2.4	<i>Interactivity</i>	73
4.2.5	<i>Community and conversation</i>	78
4.3	Pembahasan.....	83
4.3.1	Komunikasi Massa berbentuk <i>JOOX Update</i>	83
4.3.2	Analisis Penerapan Strategi pada Prinsip <i>Brevity</i>	86
4.3.3	Analisis <i>Adaptability</i> yang dimiliki <i>Writers JOOX Update</i>	89
4.3.4	Analisis <i>Scanability</i> pada Berita <i>JOOX Update</i>	92
4.3.5	Analisis <i>Interactivity</i> didalam <i>JOOX Update</i>	96
4.3.6	Analisis <i>Community and Conversation</i> Pada <i>JOOX Update</i>	98
4.3.7	Analisis AIDA pada strategi penerapan <i>contextualized journalism</i> di <i>JOOX update</i>	100

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran.....	104
5.2.1	Saran Akademis.....	104
5.2.2	Saran Praktis.....	104

DAFTAR PUSTAKA	106
-----------------------------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR & TABEL

Gambar 1.1	Data Statistik Pengguna Internet 2016.....	4
Gambar 1.2	Logo Joox.....	4
Gambar 1.3	Statistik Joox di 4 Negara.....	5
Gambar 1.4	Statistik perbincangan terhadap layanan musik streaming di Indonesia.....	6
Gambar 2.1	Grafik Generasi Baby Boomer – Gen-Z.....	29
Gambar 2.2	Grafik Persentase Laki-laki dan Perempuan di Masing-Masing Generasi.....	30
Gambar 2.3	Grafik Pengguna Internet di Setiap Generasi.....	31
Gambar 4.1	Logo Tencent.....	49
Gambar 4.2	Logo JOOX.....	50
Gambar 4.3	Fitur Musik.....	51
Gambar 4.4	Fitur JOOX <i>Update</i>	52
Gambar 4.5	Fitur musik video.....	53
Gambar 4.6	Fitur Interaksi.....	53
Gambar 4.7	Struktur Organisasi.....	54
Gambar 4.8	Rubrik JOOX <i>Update</i>	62
Gambar 4.9	Kalimat Perparagraf.....	63
Gambar 4.10	Foto Untuk Header.....	65
Gambar 4.11	Foto di Pertengahan Paragraf.....	65
Gambar 4.12	Audio di Akhir Paragraf.....	66

Gambar 4.13	Gaya Bahasa.....	67
Gambar 4.14	Fitur Multimedia di CMS.....	69
Gambar 4.15	Judul Klik Bait.....	71
Gambar 4.16	Artikel yang di Buat Untuk Rilisn lagu Baru.....	73
Gambar 4.17	Lagu Yang di Rilis.....	73
Gambar 4.18	Section JOOX <i>Update</i>	74
Gambar 4.19	Fitur <i>Search</i>	75
Gambar 4.20	Tampilan JOOX <i>Update</i> di Website.....	76
Gambar 4.21	Rubrik Feature.....	77
Gambar 4.22	Judul Feature.....	77
Gambar 4.23	Jumlah Interaksi.....	78
Gambar 4.24	Interaksi di Kolom Komentar.....	79
Gambar 4.25	Fitur <i>Seen</i> dan <i>Like</i>	80
Gambar 4.26	Kotak Saran / <i>Feedback</i>	82
Gambar 4.27	Fitur <i>Share</i>	84
Gambar 4.28	Share Artikel di Facebook.....	85
Gambar 4.29	Contoh satu kalimat dalam satu paragraf.....	91
Gambar 4.30	Pemanfaatan fitur gambar untuk meringkas berita.....	92
Gambar 4.31	Judul Pada Section JOOX <i>Update</i>	98
Gambar 4.32	Interaksi di Judul Klik Bait.....	99
Gambar 4.33	Fitur <i>seen</i> dan <i>like</i>	103

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	10
Tabel 2.2	Kerangka Pemikiran.....	34
Tabel 2.3	Oprasional Konsep.....	41