

ABSTRAK

Retna Gemilang: Strategi Pendistribusian Berita Media Online IDN Times Melalui Konten Twitter (Studi Kasus pada Akun Twitter @IDNTimes).

Kini media sosial bukan hanya berperan sebagai alat berkomunikasi saja, melainkan juga turut berperan penting sebagai sumber informasi pada proses kegiatan jurnalistik. Salah satunya media sosial Twitter yang dimanfaatkan sebagai alat mendistribusikan berita online demi bisa menjangkau khalayak sebanyak mungkin. Dengan alur kecepatan informasi yang terjadi di Twitter, banyak akhirnya lembaga media yang menjadikan Twitter sebagai salah satu alternatif pendistribusian berita.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pendistribusian berita melalui konten Twitter yang dilakukan oleh media online IDN Times. Penelitian ini berusaha mencari jawaban atas tiga pertanyaan yang dijelaskan dalam rumusan penelitian, yakni: (1) Bagaimana perancangan IDN Times dalam merekonstruksi elemen media sosial Twitter sebagai inovasi pendistribusian berita di era maraknya media baru?; (2) Bagaimana strategi dalam penyajian berita online yang dilakukan oleh IDN Times dalam mendistribusikan berita melalui konten Twitter?; (3) Bagaimana pendekatan yang dilakukan oleh IDN Times agar akun Twitter @IDNTimes banyak dijadikan media alternatif diikuti oleh *followers*.

Teori yang digunakan ialah Teori Strategi Media Sosial yang dicanangkan oleh Asep Syamsul M. Romli. Dijelaskan bahwa strategi media sosial mencakup *listening & research, mapping, giving, engagement, update, reward, profile, widget, networkedblogs*, manfaatkan Yahoo Answer, *don't annoy your followers, stay humble, be personal*, lakukan *copy darat*, dan diskusi bukan promosi.

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode studi kasus dengan paradigma konstruktivisme. Data didapatkan dari data primer melalui wawancara mendalam dengan tiga informan dari IDN Times dan mengobservasi konten serta akun Twitter @IDNTimes secara *online*.

Hasil penelitian yang didapatkan ialah: 1) Tim Media Sosial IDN Times telah melakukan perencanaan yang terdiri dari *listening & research, mapping, profile*, dan *widget*; 2) Proses penyajian distribusi berita melalui konten Twitter @IDNTimes telah sesuai dengan strategi *giving, engagement, update, reward, be personal, stay humble*, meski *networkedblogs* tidak dipakai dan menggunakan alternatif aplikasi lainnya; 3) Tim Media Sosial IDN Times melakukan komunikasi dua arah dengan cara *don't annoy your followers* dan diskusi bukan promosi, tetapi tidak melakukan *copy darat* dan memanfaatkan Yahoo Answer.

Kata Kunci: IDN Times, Strategi Media Sosial, Konten Twitter, Distribusi Berita.

ABSTRACT

Retna Gemilang: News Distribution Strategy Online Media IDN Times Through Twitter Content (Case Study on @IDNTimes Twitter Account).

This day, social media not only acts as a communication tool, but also plays an important role in the process of journalistic activities. One of them is Twitter which is used as a tool to distribute news online in order to reach as many audiences as possible. With the speed flow of information on Twitter, many media institutions end up using Twitter as an alternative for news distribution.

This research uses the research strategy for distributing news through Twitter content by online media IDN Times. This study seeks to find answers to three questions described in the research formulation, namely: (1) How IDN Times planning to reconstruct Twitter elements as an innovation in news distribution in the era of new media?; (2) How the strategy in presentation carried out by IDN Times in distributing news through Twitter content?; (3) How the approach carried out by IDN Times so that @IDNTimes Twitter account is widely used as an alternative media with followers increase.

The theory used is the Social Media Strategy Theory by Asep Syamsul M. Romli. There are: listening & research, mapping, giving, engagement, update, reward, profile, widget, networkedblogs, using Yahoo Answer, don't annoy your followers, stay humble, be personal, do "copy darat", and discussion not promotion.

This qualitative research uses a case study method with a constructivism paradigm. Data were obtained from primary data through in-depth interviews with three informants from IDN Times and online observation of content and Twitter account @IDNTimes.

The results of the research: 1) IDN Times Social Media Team has carried out a plan consisting of listening & research, mapping, profiles, and widget; 2) Process of presenting news distribution through Twitter @IDNTimes contents are in accordance with the strategy of giving, engagement, update, rewards, be personal, stay humble, even through networkedblogs is not used and other alternative applications are used; 3) IDN Times Social Media Team conducts two-way communication by don't annoy your followers and non-promotional discussions, but doesn't meet up and utilizes Yahoo Answer.

Keywords: IDN Times, Social Media Strategy, Twitter Content, News Distribution.