

Analisis *Framing* Ruangojol.com untuk Mengetahui Strategi Menarik Minat *Viewer*

Thabita Carolina¹, Susanti Sundari², Nicko Akbar³

^{1,3}Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Tulang Bawang, Lampung, Indonesia

²Prodi Teknik Industri, Universitas Tulang Bawang, Lampung, Indonesia

Koresponding Email: thabita@utb.ac.id, susantisundari09@gmail.com,
nickoakbar@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai ruangojol.com yang merupakan situs blog yang berisi konten-konten tentang ojek *online*, kurir, *e-wallet*, otomotif, dan investasi. Dari perkembangannya, jumlah *viewer* terus bertambah dan trend statistiknya dapat dikatakan stabil dengan jumlah sepuluh ribu sampai lima belas ribu *viewer* perharinya. Untuk mengetahui strategi apa yang dipakai oleh *ruangojol.com* dalam menarik minat *viewer* dan mempertahankannya, menjadi tujuan studi ini dilakukan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan analisis *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki (1993) dalam menganalisis lebih jauh mengenai tata visual, pesan dan jenis konten apa saja, dan faktor-faktor yang menarik minat *viewer* dari blog *ruangojol.com*. Hasil dari penelitian diketahui bahwa tata visual pada blog *ruangojol.com* memiliki tampilan sederhana, warna tidak mencolok dan menu navigasi yang mudah dipahami, metode yang digunakan berpengaruh dalam perkembangan blog ini dalam menambah *viewer* yaitu *Paid Traffic*, forum grup sosial media *Facebook*, dan *Search Engine Optimization* (SEO), dan faktor-faktor yang menarik minat *viewer ruangojol.com* didapatkan dari penulisan artikel yang bagus dan bermanfaat; gaya bahasa penulisan yang santai dan mudah dipahami; tampilan blog yang responsif, sederhana, ada menu navigasi, dapat diakses melalui *handphone*; dan didukung oleh kelengkapan gambar atau ilustrasi sebagai strategi menarik minat *viewer* terhadap blog *ruangojol.com*.

Kata Kunci: Blog, *framing*, ruangojol.com, strategi, *viewer*

ABSTRACT

This research is about ruangojol.com which is a blog site contains content about online motorcycle taxis, couriers, e-wallets, automotive, and investments. From its development, the number of viewers continues to grow and the statistical trend can be said to be stable with ten thousand to fifteen thousand viewers per day. To find out what strategies are used by ruangojol.com in attracting audience interest and maintaining it, this is the purpose of this study. The method used is descriptive qualitative with Zhongdan Pan and Gerald M. Kosicki's (1993) framing analysis in further analyzing the visual layout, messages and types of content, and the factors that attract visitors from the ruangojol.com blog. The results show that the blog visual layout has a simple appearance, unobtrusive colors and easy-to-understand menu navigation, the methods used have an effect in adding viewers, namely Paid Traffic, Facebook social media group forums, and SEO, and factors that attract the interest of viewers are obtained from writing good and useful articles; relaxed writing style and easy; responsive, simple blog display, there is a navigation menu, accessible via phonemobile; complete pictures or illustrations as a strategy to attract viewers in ruangojol.com blog.

Keywords: Blog, *framing*, ruangojol.com, strategi, *viewer*

PENDAHULUAN

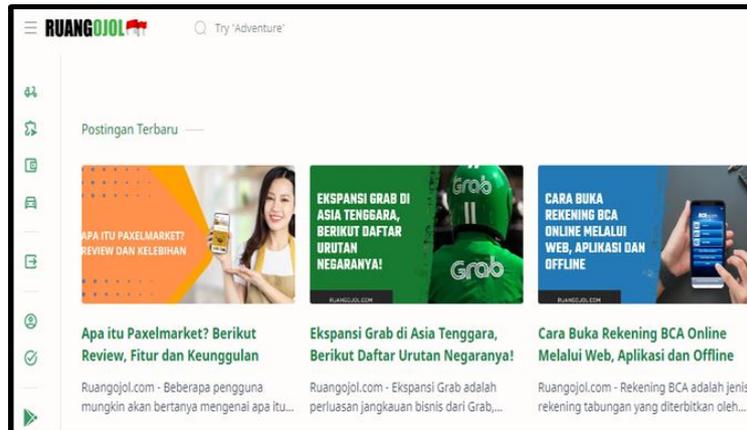
Dewasa ini dengan internet segala informasi atau berita terkini secara leluasa dapat diakses melalui jejaring sosial media seperti *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *Twitter*, ataupun Blog. Cara menggunakan sosial media tersebut bagi komunikasi mudah untuk dikuasai dalam kurun waktu yang cepat bagaimana mendapatkan informasi dan bagaimana mengeluarkan pendapat maupun opini (Syarief, F., 2017). Menurut Setiadi, A. (2016), hadirnya media sosial tersebut memiliki berdampak pada perubahan dalam berkomunikasi dari yang konvensional menjadi serba digital dan modern, juga berlangsung lebih efektif.

Blog sendiri merupakan media yang cukup tepat dan populer untuk sebuah informasi yang sangat lengkap dan akurat untuk didapatkan, bukan hanya foto ataupun potongan video. Media blog ini pertama kali dipopulerkan oleh *Blogger.com* milik *PyraLab* diakuisisi oleh *Google.com* di tahun 2003. Blog dapat berfungsi bermacam-macam baik sebagai media untuk jurnal, catatan harian untuk keperluan pribadi, sarana publikasi untuk kepentingan politik, sosial budaya, ekonomi, dan sebagainya (Enterprise, J., 2016). Kehadiran Blog telah menjadi media pemberitaan yang dapat bersaing dengan media massa lainnya (Rosen, 2012). Aktivitas *blogging* dapat juga memberikan manfaat bagi pebisnis di dunia usaha (Husain, T., 2017).

Dalam perkembangannya blog memuat banyak tulisan kegiatan pribadi atau jurnal, dimana pengunjung dapat mengisi kolom komentar. Orang yang membuat dan mengelola suatu situs blog disebut sebagai *Blogger*, yang melakukan kegiatan *blogging* dengan menggunakan berbagai platform blog seperti *wordpress* dan *blogspot*. Adaptasi web blog juga mampu menghasilkan produk bahan ajar dan dapat menjadi motivasi dalam pengembangan sumber belajar (Adnyani, N. K. S, et al., 2017).

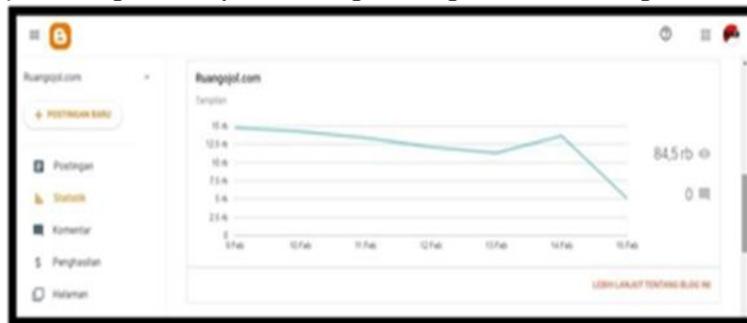
Penyampaian informasi pada blog harus tepat dan jelas, sehingga kata atau gaya bahasa yang dipilih menjadi sesuatu yang penting dalam penulisan suatu blog. Untuk suatu judul yang menarik perhatian, insan media terkesan kadang menggunakan bahasa pergaulan atau bahasa percakapan yang belum ada atau tidak sesuai dengan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jundi, M., & Kasan, Y., 2021).

Ruangojol.com adalah situs blog yang berisi konten-konten tentang Ojek *Online*, Kurir, E-Wallet, Otomotif, dan Investasi. Pada awalnya, konsep blog ini membahas tentang informasi seputar ojek *online* Indonesia dengan topik utama Ojek *Online* dan jasa layanan kurir di Indonesia. Namun, seiring perkembangannya juga kebutuhan pembaca yang tinggi dan permintaan untuk membahas artikel lainnya situs *ruangojol.com*, akhirnya menambah beberapa kategori baru berupa topik lanjutannya seperti E-Wallet, otomotif (seputar otomotif baik mobil dan motor yang ada di Indonesia) dan seputar aplikasi investasi dan *trading* yang ada di Indonesia (gambar 1).



Gambar 1. Beranda *ruangojol.com*
Sumber: <https://www.ruangojol.com>, 2022

Ruangojol.com merupakan situs yang dibuat pada Januari 2020. Perkembangan jumlah viewer terus bertambah seiring berjalannya waktu. Trend statistik *ruangojol.com* bisa dibilang stabil walaupun setiap harinya mengalami kenaikan dan penurunan. Biasanya jumlah *viewer* pada blog *ruangojol.com* perharinya berada pada sepuluh ribu sampai limabelas ribu.



Gambar 2. Statistik *viewer ruangojol.com* periode 9-15 Februari 2022
Sumber: <https://www.ruangojol.com>, 2022

Pada gambar statistik *viewer ruangojol.com* di atas, dapat diketahui per tanggal 13 Februari 2023 jumlah *viewer* sebanyak 84,5 ribu. Namun pada periode tanggal 9 Februari sampai dengan 13 Februari 2022 *viewer* di halaman *ruangojol.com* mengalami trend menurun. Dan mulai naik kembali pada tanggal 14 Februari 2022. Sedangkan pada tanggal 15 Februari 2022 masih dalam tahap perhitungan karena saat pengambilan data statistik ini dilakukan pada pukul 14.56 WIB yang berarti perhitungannya masih dapat naik hingga pada pukul 12 malam.

Namun, persaingan dalam tema konten-konten tersebut tidaklah sedikit, ada banyak sekali blog yang membahas tentang Ojek *Online*, kurir, E-Wallet, otomotif, dan investasi, sehingga, agar dapat bersaing dengan situs-situs blog lain, *Blogger* yang menangani *ruangojol.com* pasti sudah memahami apa saja yang dapat mempengaruhi minat *viewer* pada blog yang dikelola. Menurut Nugroho, Y. A (2018), untuk menjadikan blog optimal tidak cukup hanya konten yang lengkap saja. Yang tidak kalah penting yakni pembuatan konten yang menarik. Desain kekinian yang memiliki ciri khas dan berbeda dengan pesaingnya merupakan salah satu strategi meningkatkan *viewers* (Syaifiuddin, A., 2022).

STUDIA KOMUNIKA

Tujuan dari penelitian ini dimana penulis ingin menganalisis lebih jauh bagaimana tata visual, pesan dan jenis konten apa yang ada dan faktor apa yang menarik minat *viewer* blog *ruangojol.com*.

METODE

Berdasarkan hasil wawancara dengan CEO (*Chief Executive Officer*) dari blog *ruangojol.com* yaitu Jaya Purnama dimana menurutnya ada tiga hal yang paling penting dalam pengelolaan blog khususnya *ruangojol.com*, yaitu pertama SEO atau *Search Engine Optimization* yang diperlukan agar blog dapat terbaca di halaman Google dengan target akan muncul pada halaman pertama pada pencarian Google, lalu kedua adalah gaya bahasa atau cara penulisan isi artikel yang bertujuan agar si pembaca atau pengunjung nyaman dan mudah memahami maksud dari informasi yang diberikan. Dan yang terakhir adalah tampilan blog dibuat menyenangkan mungkin dipandang, serta adanya sub-sub yang memudahkan pengunjung mencari informasi yang diinginkan. Pada intinya semua hal tersebut mengutamakan kepuasan dan kenyamanan pengunjung dalam mencari informasi. Atas dasar itu, penulis menganalisis bagaimana tata visual dari blog *ruangojol.com*, pesan dan jenis konten apa yang ada dan faktor apa yang menarik minat *viewer* blog ini. Interaksi dengan pertemuan secara langsung dengan CEO *ruangojol.com* dan beberapa *viewer* yang berlangganan blog *ruangojol.com* serta melakukan wawancara terstruktur untuk memperoleh gambaran identitas dan gambaran informan.

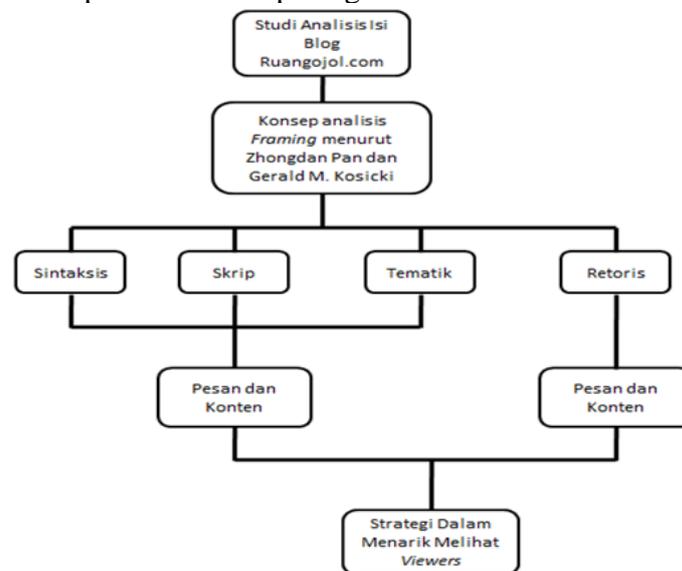
Informan kunci atau *key informan* adalah seorang yang tahu serta mempunyai beragam informasi mendasar yang dibutuhkan dalam studi (Heryana, A., & Unggul, U. E. (2018). Dan yang dipilih sebagai Informan kunci dalam studi ini adalah Bapak Jaya Purnama selaku CEO *ruangojol.com*. Selain itu Informan ialah seseorang yang dipergunakan untuk memberi informasi perihal keadaan dan juga situasi latar suatu studi (Moleong, L. J., 2017). Informan dalam penelitian ini adalah pengunjung atau *viewer* blog *ruangojol.com*.

Penelitian ini menggunakan analisis *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki (1993), dalam tulisannya dibahas tentang empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global. Asumsinya bahwa setiap berita memiliki *frame* sebagai pusat organisasi ide. *Frame* merupakan suatu ide berhubungan dengan makna. Ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita, kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu ke dalam teks secara keseluruhan. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Analisis *framing* dengan pendekatan teoritis banyak digunakan dalam studi komunikasi, gerakan sosial, dan politik (Aini, Q., & Setiawan, H., 2021).

Teknik pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh langsung pertama melalui observasi atau pengamatan langsung terhadap blog *ruangojol.com*. Menurut Riduwan (2004:104), peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian melalui observasi, dan merupakan teknik pengumpulan data. Margono (2007:159), pada dasarnya teknik observasi digunakan untuk melihat dan mengamati perubahan fenomena-fenomena sosial yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan perubahan atas penilaian tersebut. Kedua dengan cara wawancara yang dilakukan langsung pada CEO *ruangojol.com* dan beberapa *viewers* yang berlangganan blog *ruangojol.com*. Menurut Erterberg dalam Sugiyono (2013), wawancara didefinisikan pertemuan dua orang atau lebih

STUDIA
KOMUNIKA

dalam bertukar ide dan informasi melalui proses tanya jawab, sehingga diperoleh makna dari topik tersebut. Sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung baik melalui pencarian di internet dan buku-buku yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Kerangka pikir dari penelitian ini dapat ditemukan pada gambar 3.



Gambar 3. Kerangka Pikir

Sumber: Penulis, 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Blog *ruangojol.com* pertama kali dibuat sebagai bentuk keinginan pemilik blog untuk membagikan informasi seputar ojek online dari pengalamannya selama menjadi ojek online di Kota Bandar Lampung. Blog ini dibuat pada tanggal 15 Januari 2020 dengan nama *ruangojol.com*, terinspirasi dari media belajar online *ruangguru.com*. *Ruangojol.com* diharapkan dapat menjadi wadah yang membantu masyarakat mendapatkan informasi seputar ojek online Indonesia. Sebagaimana pemilik blog ini memaknai kata ruang dan ojol sebagai “sebuah wadah informasi seputar ojek online Indonesia”.

Ruangojol.com merupakan blog yang mengangkat pengalaman pemilik blog sebagai *driver* ojek online semasa menjadi mahasiswa. Perjalanan pemilik blog menjadi ojek online terbilang cukup lama dan sering kali berganti beberapa jasa ojek online yang tersedia di Indonesia khususnya di kota Bandar Lampung, mulai dari *driver Grab*, *Maxim*, dan terakhir *Go-Jek*. Semasa menjalani profesi menjadi *driver ojek online*, pemilik blog kerap kali mengalami kendala dalam administrasi pendaftaran ataupun kebijakan dari platform ojek online yang digunakan. Dari hal tersebut, pemilik berinisiatif untuk membagikan informasi seputar ojek online guna membantu masyarakat dalam memudahkan penggunaan aplikasi ojek online tersebut baik sebagai *driver ojek online* maupun pengguna jasa ojek online.

Dengan analisis *framing* Zhongdan Pan dan Gerald Kosicki (1993) ini dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian untuk mengetahui tata visual, pesan, konten, dan faktor apa saja yang menarik minat *viewer ruangojol.com*. Artikel pada *ruangojol.com* di screen shot oleh penulis untuk keperluan penelitian dan siap dianalisis. Sampel yang dipilih pada penelitian ini adalah artikel populer (*populers post*) pada *ruangojol.com* dan mewakili bagaimana analisis *framing* pada blog *ruangojol.com*.

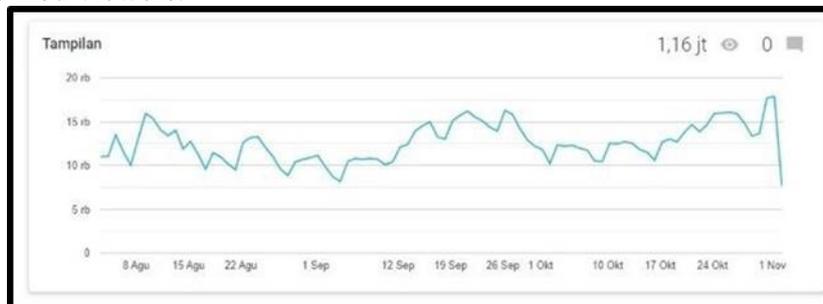
A. Tampilan Visual Blog Ruangojol.com

Secara visual blog *ruangojol.com* mempunyai tampilan yang sederhana. Tampilan backgroundnya berwarna putih berpadu tulisan judul artikel berwarna hijau dengan pemilihan menu pencarian (*search*). Pada beranda berisi postingan terbaru, *pinned post*, dan menu *sidebar* lainnya untuk memudahkan pengunjung blog, seperti menu kategori artikel dan *about me* yang berisi dekripsi blog *ruangojol.com* dan profil *key informan* (gambar 1).

Pada menu kategori artikel terbagi menjadi empat judul besar. Kategori pertama yaitu *ojek online*, didalamnya terdapat empat subjudul atau kategori artikel yang terdiri dari *Gojek*, *Grab*, *Maxim*, dan *Indriver*. Kategori kedua yaitu kurir, dalam kategori ini dibahas jenis jasa-jasa kurir seperti *ShopeeFood*, *Traveloka Eat*, *Mr Speedy*, *Lalamove*, dan *Lion Parcel*. Kategori ketiga yaitu *E-wallet*, didalam kategori ini dicantumkan beberapa aplikasi *E-wallet* yang ada di Indonesia seperti *Gopay*, *ShopeePay*, *OVO*, *DANA*, *LinkAja*, dan *AstraPay*. Kategori terakhir atau keempat yaitu otomotif, yang didalamnya terbagi menjadi dua bagian, mobil dan motor.

B. Viewers Blog Ruangojol.com

Ruangojol.com adalah salah satu blog tentang ojek online yang cukup banyak peminatnya. Pengunjung atau viewer *ruangojol.com* perharinya bisa mencapai kurang lebih 10 ribu sampai 15 ribu viewers.

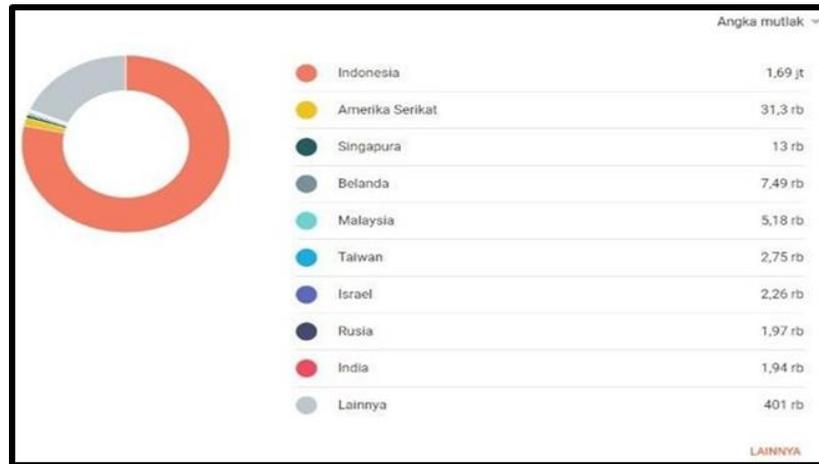


Gambar 4. Grafik viewers periode 8 Agustus - 1 November, 2022

Sumber: <https://www.ruangojol.com>, 2022

Ruangojol.com adalah salah satu blog tentang ojek *online* yang cukup banyak peminatnya. Dari gambar 4 yang diambil pada tanggal 2 November 2022, dapat dilihat grafik pengunjung *ruangojol.com* dari tanggal 8 Agustus 2022 sampai 1 November 2022 berada pada 10 ribu hingga 15 ribu viewer.

Blog ruangojol.com adalah media sosial yang bersifat *mobile*, artinya dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Android dan iPhone merupakan perangkat yang paling banyak digunakan untuk mengakses *ruangojol.com*. Pengunjung *ruangojol.com* bukan hanya berasal dari Indonesia saja, bahkan cakupannya mencapai negara-negara tetangga hingga negara di luar ASEAN.



Gambar 5. Statistik asal negara *viewers ruangojol.com*

Sumber: <https://www.ruangojol.com>, 2022

Berdasarkan gambar 5, *viewer ruangojol.com* terbanyak berasal dari negara Indonesia dengan 1,69 juta *viewers*, diikuti Amerika Serikat dengan 31,3 ribu *viewers*, Singapura 13 ribu *viewers*, dan berbagai negara lainya.

C. Pesan dan Konten yang ada di *ruangojol.com*

Pesan dan konten merupakan dua hal yang berkesinambungan dalam penelitian ini. Dimana setiap konten yang publikasikan berisi pesan yang disampaikan penulis. Begitupun sebaliknya setiap pesan yang ingin disampaikan oleh penulis pastinya dituangkan dalam sebuah konten pada hal ini berupa artikel yang ada di blog *ruangojol.com*.

Berdasarkan popular post yang ada di *ruangojol.com* dipaparkan sebagai berikut:

1. Konten

Konten adalah informasi yang dikomunikasikan dalam bentuk berupa tulisan, video, teks, maupun bentuk lainnya. Dengan bahasa yang lebih mudah konten dapat diartikan sebagai sebuah penyampaian pesan yang memiliki maksud dan tujuan.

Pada awalnya, blog *ruangojol.com* hanya membahas beberapa kategori artikel seputar ojek *online* dan kurir. Namun, seiring perkembangan situs *ruangojol.com* dan kebutuhan pembaca yang tinggi dan permintaan untuk membahas artikel lainnya, akhirnya *ruangojol.com* menambah beberapa kategori baru. Adapun kategori yang ada di blog *ruangojol.com* sampai saat ini sebagai berikut:

Topik Utama:

- Ojek *Online*: Seputar ojek *online* yang ada di Indonesia.
- Kurir: Seputar jasa dan layanan kurir di Indonesia

Topik Lajutan:

- *E-wallet*: Seputar aplikasi *E-wallet* yang ada di Indonesia
- Otomotif: Seputar otomotif, mobil dan motor yang ada di Indonesia

Topik utama merupakan topik yang dikembangkan pertama kali dengan dua kategori saja yaitu ojek *online* dan kurir. Kategori pertama yaitu ojek *online*, didalamnya terdapat empat subjudul atau kategori artikel yang terdiri dari *Gojek*, *Grab*, *Maxim*, dan *Indriver*. Kategori kedua yaitu kurir, dalam kategori ini dibahas jenis jasa-jasa kurir seperti *ShopeeFood*, *Traveloka Eat*, *MrSpeedy*, *Lalamove*, dan *Lion Parcel*. Sedangkan topik lanjutan adalah topik

STUDIA KOMUNIKA

perkembangan dari topik utama yang masih memiliki keterkaitan dengan ojek *online*, didalamnya terdapat dua kategori yaitu *E-wallet* dan otomotif. Kategori pertama yaitu *E-wallet*, didalam kategori ini penulis menyantumkan beberapa aplikasi *E-wallet* yang ada di Indonesia seperti *ShopeePay*, *OVO*, *Gopay*, *DANA*, *AstraPay* dan *LinkAja*. Kategori terakhir yaitu otomotif, yang didalamnya terbagi menjadi dua bagian, mobil dan motor.

Dari berbagai kategori konten diatas, terdapat beberapa artikel populer yang ada di blog *ruangojol.com*, salah satunya artikel yang berjudul “Begini Cara Pesan Gojek untuk Orang Lain yang Berada di Lokasi Berbeda Terbaru 2022”



Gambar 6. Contoh artikel populer di *ruangojol.com*

Sumber: <https://www.ruangojol.com>, 2022

Postingan tersebut berupa penjelasan tentang bagaimana cara memesan Gojek untuk orang lain. Faktanya walaupun Gojek sudah terbilang lama eksis di Indonesia, namun tidak sedikit pengguna pemula khususnya yang bingung jika ingin memesan Gojek bagi penumpang di lokasi yang berbeda. Pada postingan ini yang menjadi target adalah pengguna aplikasi Gojek khususnya pemula agar mudah melakukan perjalanan sehari-hari. Dengan mengikuti panduan yang diberikan oleh penulis, diharapkan pembaca atau pengguna aplikasi Gojek bisa membantu orang lain yang tidak punya aplikasi Gojek atau ada kendala di jaringan internetnya.

2. Pesan

Gaya penulisan dalam dunia jurnalistik umumnya menggunakan dua gaya penulisan, *straight news* dan *feature news*, tapi pada dasarnya penulisan konten di blog tidak mengacu dua hal tersebut, dan mayoritas *blogger* menggunakan opini dan pengalaman pribadi, sama halnya pada blog *ruangojol.com*.

Dalam konten yang tersedia dalam *ruangojol.com* pasti mempunyai pesan atau informasi yang ingin disampaikan. Untuk mengetahui pesan dari *blogger*, peneliti menganalisis beberapa perangkat analisis yang ada dalam postingan populer atau artikel populer di blog *ruangojol.com*.

a. Kategori Skema Berita

Skema berita merupakan perangkat yang didalamnya mengandung unit-unit yang dapat diamati seperti *Headline*, *lead*, pernyataan atau kesimpulan, dan penutup. Pada *ruangojol.com* digunakan 4 artikel populer yang ada di *ruangojol.com*. Dan data yang ditemukan ada 4 artikel (100%) terdapat unit *Headline* yang sesuai dengan isi berita, 4 artikel (100%) terdapat unit *Lead*, 2 artikel (50%) terdapat unit pernyataan kesimpulan, dan 4 artikel (100%) terdapat unit penutup (Tabel 1).

Tabel 1. Kategori Skema Berita

No.	Unit yang diamati	Frekuensi	Presentase
1.	Headline	4	100%
2.	Lead	4	100%
3.	Pernyataan/kesimpulan	2	50%
4.	Penutupan	4	100%

Sumber: Data Primer, 2022

b. Kelengkapan Unsur 5W+1H

Lengkapannya unsur 5W+1H merupakan dasar formula berita yang dibutuhkan dalam artikel. Unsur 5W+1H ini digunakan sebagai indikator akuratnya informasi tersebut. Unsur ini meliputi *What* (apa), *Where* (dimana), *When* (kapan), *Who* (siapa), *Why* (kenapa), dan *How* (bagaimana). Pada penelitian ini digunakan 4 artikel populer yang ada di blog *ruangojol.com*. Empat (4) artikel (100%) mengandung unsur *what*, 3 artikel (75%) terdapat unsur *where*, 4 artikel (100%) terdapat unsur *when*, 4 artikel (100%) terdapat unsur *who*, 4 artikel (100%) terdapat unsur *why*, dan 4 artikel (100%) terdapat unsur *how* (tabel 2).

Tabel 2. Kelengkapan Unsur 5W+1H

No.	Kelengkapan unsur 5W+1H	Frekuensi	Presentase
1.	What	4	100%
2.	Where	3	75%
3.	When	4	100%
4.	Who	4	100%
5.	Why	4	100%
6.	How	4	100%

Sumber: Data Primer, 2022

c. Kelengkapan Gambar Pendukung Artikel

Menganalisis kelengkapan gambar pendukung dalam artikel untuk melihat kecenderungan apakah info atau pesan dalam blog *ruangojol.com* sudah didukung gambar secara keseluruhan info atau pesan. Hasil analisis ditemukan data bahwa semua informasi dilengkapi dengan gambar pendukung. Namun ada yang menggunakan foto dan ilustrasi. Dari 4 artikel populer yang ada di blog *ruangojol.com* yang dianalisis sebanyak 1 artikel (25%) dilengkapi dengan foto dan 3 artikel (75%) dilengkapi dengan ilustrasi (tabel 3).

Tabel 3. Kelengkapan Gambar

No.	Gambar yang digunakan	Frekuensi	Presentase
1.	Foto	1	25%
2.	Ilustrasi	3	75%

Sumber: Data Primer, 2022

Kelengkapan pesan atau isi artikel secara singkat pada sebuah gambar pendukung tentunya membantu pembaca untuk mengetahui pokok dari isi artikel dalam *ruangojol.com*. Kemudian, kelengkapan pesan singkat pada gambar atau ilustrasi dalam artikel dianalisis untuk melihat kecenderungan apakah gambar atau ilustrasi dalam artikel *ruangojol.com* sudah dilengkapi dengan pesan singkat atau tidak didalamnya. Dari total 4 artikel yang dianalisis, sebanyak 3 artikel (75%) dilengkapi pesan singkat dan 1 artikel (25%) tidak dilengkapi pesan singkat. Pada tabel 4 dapat dilihat:

Tabel 4. Kelengkapan Pesan pada Gambar

No.	Kelengkapan pesan singkat pada gambar	Frekuensi	Presentase
1.	Ada	3	75%
2.	Tidak	1	25%

Sumber: Data Primer, 2022

D. Faktor yang Menarik Minat Viewer Ruangojol.com

Dalam dunia blog, jumlah *viewer* sangat berpengaruh terhadap berkembangnya suatu blog khususnya *ruangojol.com*. Semakin banyak jumlah *viewer* yang didapat semakin terlihat seberapa besar blog itu berkembang. Untuk mencapai jumlah *viewer* yang banyak tentunya didukung oleh beberapa faktor. Dalam hal ini *CEO ruangojol.com* lah yang berperan penting dalam berkembangnya blog *ruangojol.com*. Dari hasil pengumpulan data berdasarkan wawancara mengenai faktor apa saja yang menarik minat *viewer ruangojol.com*, akan dideskripsikan dan dibahas dalam paparan berikut.

Hasil wawancara dengan *CEO ruangojol.com* mengenai faktor yang menarik minat *viewer* menggunakan beberapa metode yang dasarnya adalah penyediaan informasi terbaru yang penting baik untuk *costumer* ataupun *driver*, khususnya pengguna aplikasi ojek *online*. Adapun metode tersebut adalah, pertama *Paid Traffic*, artinya mengiklankan artikel dengan modal melalui *Google Ads*. Metode kedua adalah promosi gratis melalui forum grup di sosial media *Facebook* milik *ruangojol.com* sendiri yang anggotanya sekitar dupuluh ribu lebih sebagai wadah untuk menyebarkan atau membagikan artikel terkait ojek online tersebut. Metode ketiga yaitu *Search Engine Optimization* (SEO), karena berpengaruh dalam sistem pencarian internet seperti *Google*, *bing duckduckgo* dan lain-lain.

Selanjutnya menurut *CEO ruangojol.com*, strategi untuk bersaing mendapatkan *viewer* dalam dunia blog, dengan keharusan menguasai dasar dari penulisan pada sebuah blog yaitu

STUDIA KOMUNIKA

berupa menulis berita atau informasi-informasi terbaru dan cukup penting bagi *driver* ataupun pengguna aplikasi ojek *online*. Pernyataan salah satu *informan* pada sebuah wawancara mendukung pernyataan tersebut. Di saat pengguna ingin mencari informasi kode promo, maka tinggal membuka blog *ruangojol.com* dan kode promonya selalu diperbarui setiap bulan. Informasinya yang ada disana juga cukup mudah dipahami karena inti informasi yang pengguna cari berada pada paragraph paling atas sehingga pengguna tidak perlu *scroll* kebawah terlalu banyak. Informasi-informasi tersebut bermanfaat bagi pengguna selaku *driver* ojek *online*. Penulisan informasi-pun dapat tersampaikan dengan jelas sehingga setiap pengguna dengan mudah dapat memahami informasi yang ada dalam artikel blog *ruangojol.com*. Ini merupakan hasil wawancara dengan pengguna (*informan*) pada Rabu 11 Januari 2023 pukul 18.45 WIB.

Berdasarkan teori *Framing* Zhongdan Pan dan Gerald Kosicki (1993) bagaimana cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa kedalam proposisi, kalimat, atau berhubungan antara kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Hal ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan kedalam bentuk yang lebih kecil. Setelah menguasai dasar tersebut, *ruangojol.com* menggunakan berbagai metode untuk menyebarkan artikel untuk mencari *viewer*. Terdapat tiga metode sebagai strategi yang dapat disimpulkan yaitu, metode *Paid Traffic*, metode Forum Grup Sosial Media Facebook, dan *Search Engine Optimization* (SEO).

Ketiga metode yang digunakan *ruangojol.com* tersebut sangatlah berpengaruh dalam perkembangan blog itu sendiri. Dengan adanya metode tersebut mambantu *ruangojol.com* dalam mencari *viewer* atau pengunjung. Namun dari ketiga metode tersebut yang paling berpengaruh dan berpotensi ramai pengunjung ialah dari *Search Engine Optimization*. Pengertiannya adalah ketika pengunjung dari forum grup Facebook dan *Paid traffic* atau iklan melalui *google ads* sudah terjaring, dan setelah dapat banyak pengunjung maka secara tidak langsung *google* akan membaca artikel tadi sehingga banyak peminat blog ini dan secara perlahan artikel di *ruangojol.com* tadi akan bersaing di *Google Search Engine Optimization*. Perkembangan blog itu untuk mencapai metode SEO perlu dibantu dengan dua metode sebelumnya yaitu *Paid traffic* dan forum grup facebook agar blog *ruangojol.com* dapat bersaing dengan blog lainnya.

Dalam segi penyebaran informasi yang dilakukan *ruangojol.com* menggunakan tiga metode yang telah dijelaskan sebelumnya sangatlah berpengaruh. Namun faktor yang paling penting ialah dari segi penulisan artikel pada blog yang menjadi dasar dalam dunia blog. Semakin bagus penulisan artikel pada blog maka pengunjung akan mengingat blog yang telah dibaca. Penulisan artikel merupakan kuncinya, jika ketiga metode tadi sudah dijalankan tapi artikelnya jelek dan tidak ada manfaatnya bagi pembaca, maka pembaca atau pengunjung akan pergi. Jadi dasar daripada nge-blog dalah konten yang dibagikan, penulisan atau isinya yang menjadi faktor utama. Kesimpulannya, dengan berkualitasnya tulisan pada sebuah blog maka perkembangan *viewernya* juga akan meningkat dan menyebabkan pembaca akan mengingat blog yang telah dibaca. Berdasarkan teori *Framing* Zhongdan Pan dan G. Kosicki (1993) cara wartawan menekankan arti tertentu. Dengan kata lain, melihat pemakaian kata, idiom, grafik, gambar, yang juga dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu. Gaya penulisan dalam dunia jurnalistik pada umumnya mennggunakan dua gaya penulisan yakni *straight news* dan *feature news*. Pada dasarnya penulisan konten di blog tidak bergantung pada dua hal tersebut, melainkan mayoritas *blogger* menggunakan opini dan pengalaman pribadi, sama halnya pada

STUDIA KOMUNIKA

blog *ruangojol.com*. Bahkan gaya penulisan *ruangojol.com* cenderung menggunakan bahasa yang santai dan mudah dipahami.

Menurut CEO blog *ruangojol.com*, artikel menggunakan penulisan yang santai dalam arti tidak terlalu formal. Karena pembaca blog ini kebanyakan orang-orang umum, dan orang kebanyakan sehingga penggunaan bahasanya yang lebih santai dan mudah dipahami. Yang menjadi target pasar *ruangojol.com* yaitu pengguna aplikasi ojek *online* khususnya *driver* yang mayoritas merupakan orang kebanyakan. Berdasarkan teori *Framing* Zhongdan Pan dan G.Kosicki (1993) bagaimana cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau berhubungan antara kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Hal ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan kedalam bentuk yang lebih kecil.

Selain penulisan, tampilan pada blog juga berpengaruh seberapa bagus dan menariknya sebuah blog menurut CEO *ruangojol.com*. Tampilan blog sebaiknya responsif terhadap berbagai pengunjung yang mengakses blog tersebut, artinya disaat blog diakses melalui *handphone* maka tampilannya akan menyesuaikan *smartphone* tersebut, Jika jaman dahulu saat masih belum responsif, saat dibuka di *handphone* tampilannya berantakan dan layarnya masih lebar tidak menyesuaikan *handphone* yang digunakan. Jadi tampilan juga sangat berpengaruh seperti halnya enak dibaca, tidak terlalu berwarna dan tidak membingungkan. Pada menu navigasi yang tidak terlalu rumit akan memudahkan pengunjung. Berdasarkan observasi ke pengguna, mereka menyukai tampilan blog *ruangojol.com* dikarenakan tampilannya sederhana, terdapat menu navigasi, serta responsif atau dapat diakses melalui *handphone*. Selain itu tampilan juga diusahakan didukung oleh gambar atau ilustrasi. Agar pengunjung yang mayoritas orang biasa dapat lebih memahami isi artikel yang disampaikan. Menurut CEO *ruangojol.com*, kelengkapan gambar atau ilustrasi pada sebuah artikel dapat dikatakan penting untuk mendukung artikel pada blog. Pertama untuk *Thumbnail* artikel dan kedua untuk gambar atau ilustrasi untuk pelengkap blog yang memuat langkah-langkah. Dengan adanya gambar atau ilustrasi bertujuan untuk pengunjung mengerti apa yang ingin disampaikan dari blog ini. Berdasarkan teori *Framing* Zhongdan Pan dan G. Kosicki (1993) cara wartawan menekankan arti tertentu. Artinya melihat pemakaian kata, idiom, grafik, gambar, yang juga dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian pada hasil dan pembahasan penelitian dapat disimpulkan beberapa hal yaitu, tata visual pada blog *ruangojol.com* diketahui memiliki tampilan yang sederhana, warna tidak mencolok dan menu navigasi yang mudah dipahami. Dalam blog *ruangojol.com* memakai warna putih sebagai warna *background* dengan paduan warna hijau pada tulisan setiap judul atau sub judul. Pada tampilan beranda memuat postingan baru, terdapat nama blog pada sudut kiri atas, pencarian atau *search* pada tengah atas, mode gelap pada sudut kanan atas, dan beberapa menu navigasi seperti kategori artikel, aplikasi terbaru, *about me*, dan *partnership*. Tampilan setiap artikel dilengkapi dengan gambar atau ilustrasi pendukung untuk membantu pembaca lebih mudah memahami isi dari artikel tersebut.

Dari data yang dikumpulkan dan diolah dapat disimpulkan dari segi konten blog *ruangojol.com* memiliki 4 (empat) kategori konten atau topik pembahasan yaitu seputar ojek *online* yang ada di Indonesia, seputar jasa dan layanan kurir yang ada di Indonesia, seputar aplikasi *e-wallet* yang ada di Indonesia, dan seputar otomotif, mobil dan motor yang ada di

STUDIA KOMUNIKA

Indonesia. Dan berdasarkan pesan, diketahui bahwa artikel pada blog *ruangojol.com* banyak menggunakan gaya penulisan sehari-hari. Dimana menggunakan bahasa penulisan yang santai dan mudah dimengerti oleh pengunjung blog. Blog *ruangojol.com* dilengkapi dengan unsur skema berita dan kelengkapan 5W+1H dengan presentase 50% - 100%, kelengkapan unsur 5W+1H memiliki presentase 75% - 100%, kelengkapan gambar atau ilustrasi pendukung yang memuat pesan singkat memiliki presentase sebesar 75%.

Terdapat 3 (tiga) metode yang digunakan *ruangojol.com* yang berpengaruh dalam perkembangan blognya dan dalam mencari *viewer* yaitu metode *Paid Traffic*, Forum Grup Sosial Media *Facebook*, dan *Search Engine Optimization* (SEO), dan yang paling berpengaruh adalah *Search Engine Optimization*. Faktor-faktor yang menarik minat *viewer ruangojol.com* didapatkan dari penulisan artikel yang bagus dan bermanfaat; gaya bahasa penulisan yang santai dan mudah dipahami; tampilan blog yang responsif, sederhana, ada menu navigasi, dapat diakses melalui *handphone*; dan didukung oleh kelengkapan gambar atau ilustrasi merupakan strategi menarik minat *viewers* terhadap blog *ruangojol.com*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani, N. K. S., Mandriani, N. N., & Asrini, N. K. P. (2017). Pengembangan Manajemen Informasi Bahan Ajar Dengan Media Blog Sebagai Penunjang Referensi Pembelajaran Bagi Guru-Guru Sekolah Dasar Kecamatan Kubu Dan Abang. *Proceeding Semnasvoktek*, 2, 41-48.
- Aini, Q., & Setiawan, H. (2021). Analisis Struktur Dan Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Mengenai Berita Mensos Risma Menanggapi Kasus Pelecehan Anak Panti Asuhan Malang Media Online CNN Indonesia dan Kompas. com. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9623-9629.
- Enterprise, J. (2016). *Otodidak membuat blog dengan blogger*. Elex Media Komputindo.
- Husain, T. (2017). Blog sebagai Media Interaktif untuk Memposisikan Toko Online Berdasarkan Urutan Search Engine Optimization (SEO). *Teknologika*, 7(2), 69-76.
- Heryana, A., & Unggul, U. E. (2018). Informan dan pemilihan informan dalam penelitian kualitatif. *Universitas Esa Unggul*, 25, 15.
- Jundi, M., & Kasan, Y. (2021). Gaya dan Makna Bahasa Tulisan: Kajian Deskriptif Chat Mahasiswa kepada Dosen. *MARDIBASA: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(2).
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political communication*, 10(1), 55-75.
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan media sosial dalam proses pembentukan opini publik (analisa wacana Twitter SBY). *Jurnal Komunikasi*, 8(3).
- Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Margono, S. (2007). *Metologi Penelitian Pendidikan Komponen*. MKDK. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Nugroho, Y. A. (2018). Pemanfaatan Dan Pengembangan Blog Sebagai Media Dan Sumber Belajar Pada Mata Pelajaran Fiqih Tingkat Madrasah Tsanawiyah. Paramurobi: *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 15-28.
- Rosen, Kenneth. H. 2012. *Discrete Mathematics and Its Applications* seventh Edition. New York : Mc-Graw-Hill Companies, Inc.

STUDIA KOMUNIKA

- Riduwan. 2004. *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Syaifiuddin, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Youtube Lincung Studio dalam Meningkatkan Viewer (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo). Jakarta: *Salemba Humanika*.
- Supriati. 2012. *Metode Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian (Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.