

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Melihat fenomena yang sedang menjadi *trend* saat ini, kita sedang dikelilingi oleh produk dari perusahaan rintisan. Perusahaan berlomba memanfaatkan teknologi terbaru untuk menawarkan kemudahan. Mulai dari hal yang sering kita gunakan setiap hari semisal penggunaan aplikasi *chatting* (platform media percakapan online) sebagai media untuk berkomunikasi, sosial media untuk saling berbagi momen dan beberapa kegiatan promosi, sampai kebutuhan seperti jual beli, transportasi, hingga pencarian informasi. *Gadget* dan internet mempunyai peran yang tak tergantikan sebagai alat penunjang mobilitas. Kehadiran *startup* memunculkan inovasi di berbagai macam bidang dengan kemudahan dan kebermanfaatan yang ditawarkannya. Tidak berlebihan jika kehadiran *startup* beserta produknya dalam kehidupan menjadikannya komoditas yang berpotensi menghasilkan pendapatan serta mennggerakkan perekonomian.

Pada bab ini dibahas beberapa informasi yang peneliti kumpulkan melalui proses wawancara, dokumentasi maupun studi pustaka. Sajian data diuraikan dilengkapi dengan beberapa tambahan lampiran pendukung. Pada poin selanjutnya adalah pembahasan, dimana merupakan hasil analisa data yang sudah terkumpul pada sajian data. Pembahasan disajikan dengan mengemukakan temuan atas fenomena lalu dihubungkan dengan teori terkait. Kajian media digunakan sebagai kerangka untuk mengetahui manajemen media yang diterapkan oleh media online.

3.1 Sajian Data

3.1.1 Awal mula Ngonoo.com

Pada tahun 2011 di Yogyakarta, terbentuk komunitas CSS (*Cah Setu Sonten*). Komunitas ini beranggotakan pegiat online, *enterpreneur*, dan *internet marketer*. Nama CSS digunakan sebagai identitas karena setiap akhir minggu mereka mengadakan “kopi darat”. Ketiga profesi tersebut saling terkait karena pada masa itu penggunaan teknologi mulai mewabah sebagai bisnis yang menggiurkan. Momentum pada pertemuan komunitas dimanfaatkan untuk pengembangan diri dan ajang saling bertukar pikiran.

Arah kegiatan mingguan yang dilakukan komunitas di WJTD adalah aktualisasi dari ide yang disepakati bersama. Beragam ide, konsep, dan pemikiran dari masing-masing anggota yang tercetus, namun CSS fokus untuk merealisasikan satu saja. Hal yang menarik pada saat itu adalah penggunaan *device* dan *gadget* yang meningkat drastis. Pilihan mengerucut ke media online yang memiliki model bisnis seperti *startup* sukses semacam *mashable*.

Pemicu pergerakan adalah sebuah fenomena kondisi saat itu yang menjadi viral. 9Gag mengunggah konten yang berbunyi sebagai berikut, “*Kita hidup dijamin telepon cerdas (smartphone) dan orang-orang yang bodoh*”. Makna yang terkandung begitu dalam, mengingatkan khalayak belum tepat memperlakukan teknologi. Kondisi saat itu yang sudah memasuki era *smartphone*, namun kebanyakan pengguna

teknologi tersebut kurang mampu mengoptimalkannya, dan menjadikan *gadget* dan *device* canggih sebagai penentu kelas.

Untuk mendirikan media online sebagai portal informasi teknologi, CSS sepakat untuk mendirikan perusahaan rintisan. Pada bulan November 2011 didirikanlah Ngonoo Media Network sebagai *startup* media dan digital marketing. Pada tahun tersebut kehadiran portal teknologi dan *gadget* digadang-gadang sebagai peluang yang terbuka. Hal ini didasari oleh kesuksesan *Mashable* menjadi media online dengan nilai valuasi tinggi. Dimana hal ini disampaikan Taufiq Hasan dalam salah satu sesi kunjungan dari salah satu kampus ke Maliome. (<http://maliome.com/kunjungan-universitas-sains-al-quran-wonosobo-ke-maliome-hackerspace/>)

Pada bulan dan tahun yang sama, tepatnya tanggal 29 Ngonoo.com (<http://ngonoo.com>) diluncurkan oleh Ngonoo Media Network. Keberadaan portal ini diharapkan dapat memberikan beragam informasi teknologi dan *gadget* yang berguna dan dibutuhkan khalayak. Dengan berbagai konten ringan terkait penggunaan *device*, media online ini menasar kepada orang yang tertarik di dunia online maupun sekedar meluangkan waktu berselancar di dunia maya. Ngonoo.com mengusung *tagline* “*belajar tidak pernah semudah ini*” yang dalam penerapannya memang sebagai sarana untuk memperoleh informasi, dan mempelajari seluk beluk *gadget* dan *device*.

Ngonoo.com mencatatkan *traffic* bagus saat kehadirannya direspon positif oleh khalayak. Berdasar data dari ranking Alexa terdapat hasil 301,072 secara global dan mendapatkan *Google PageRank* pada posisi 3 pada empat bulan awal berjalan. Posisi yang bagus di dunia online ini tidak terlepas dari semangat berbagi dan kerja keras *founder* Ngonoo.com, mereka memberikan informasi yang memang dibutuhkan khalayak dalam proses *upgrade* diri.

Tahun 2012 masih berjalan sesuai rencana, mereka memperoleh *traffic* yang tinggi di portal teknologi Ngonoo.com. Hal ini membuat beberapa *founder* berpikir untuk melakukan *scaling* guna mengembangkan produk ngonoo.com. *Scale up* bisa dengan mudah dilakukan dengan catatan bahwa proyek ini harus menjadi prioritas tim Ngonoo Media. Namun karena keterbatasan waktu, proyek ini masih perlu melakukan pembenahan dalam hal manajemen untuk menjadikannya sebuah *startup* media potensial.

Pada masa itu jika seorang *founder* berbicara tentang finansial, maka mereka akan lebih memilih serius menggeluti pekerjaan utama di dunia online, sebagai *blogger*, internet *marketer*, maupun entrepreneur sebagai ladang penghasil uang. Pikiran mereka, ngonoo.com tidak ubahnya hanya sebagai motivasi untuk memberikan daya kepada khalayak demi terciptanya aktualisasi.

“Belum formal kita bikin *startup*, contohnya saja yang menulis disini kebanyakan di waktu senggang. Saya

dan teman-teman sepakat kalau proyek Ngonoo.com mengandalkan usaha sendiri ini bakal ga sering jalan, jadi akhirnya kami mencari penulis. Penulis ini pun bukan kami *hire* sebagai karyawan tetap, alias *freelance*. Nah penulis-penulis yang mengirimkan artikel teknologi ini kami bayar per tulisan yang dimuat di ngonoo.com. Waktu itu bayarannya 20ribu awalnya, sampai pada tahun 2014 itu kan masih pakai sistem begini dan lumayan juga banyak yang tertarik mengirimkan tulisannya.”

Memiliki sumber daya yang ramping, tim *startup* tidak banyak merasakan kesulitan kala menempati rumah kontrakan yang disulap menjadi *workspace*. Mereka menyebutnya sebagai markas (*Headquarters*) dan lebih sering digunakan istilah Ngonoo Media HQ. Dalam sosial media foursquare alamat rumah kontrak tersebut terdaftar Ngonoo Media HQ sebagai perusahaan rintisan (<https://id.foursquare.com/v/ngonoo-media-hq/50eb8d9cf2e7a27d9c82cbd0>)

Alamat resmi pertama Ngonoo Media HQ berada di Jalan Babaran, Gg. Menur No. 664A, Umbulharjo, Yogyakarta. Tempat ini sudah memenuhi keperluan untuk melakukan sejumlah aktivitas internal *startup*. Dengan menggunakan alat yang tersedia, tim Ngonoo dapat melakukan rapat koordinasi, diskusi, bekerja sesuai porsi masing-masing, hingga bersantai dan bermain. Kebanyakan kantor *startup* memang mempunyai desain dan budaya kerja yang *anti-mainstream*.

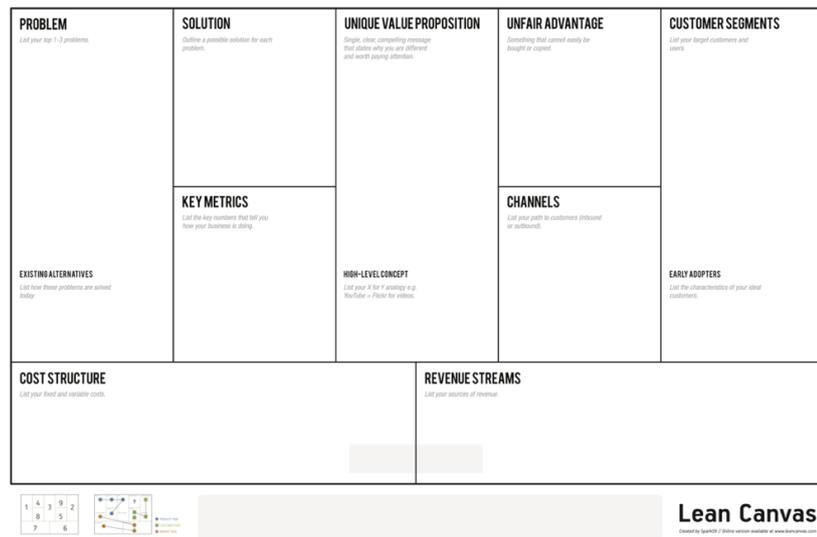
3.1.2 *Lean Canvas* sebagai prinsip dasar Ngonoo.com

Kesiapan mengeksekusi atau mendirikan perusahaan rintisan (*startup*) terlihat dari perencanaan yang dilakukan. Indikator keberhasilan atau *exit point* perusahaan rintisan berorientasi pada nilai valuasi yang dimiliki. Pakar-pakar bisnis dan *startup* terkemuka mengajarkan merintis *startup* diperlukan visi yang besar untuk bisa seperti mereka. *Unique selling proposition* (faktor pembeda) seakan menjadi kunci, namun pada pelaksanaannya fungsi manajemen perusahaan tetap harus diutamakan.

Ngonoo Media Network sendiri memiliki visi untuk menjadikan Ngonoo.com sebagai portal informasi teknologi dan *gadget* dengan sasaran *tech geek*, maupun *user* umum. Dari data yang didapat, pengguna internet terbanyak adalah generasi muda. Maka generasi milenial dan generasi Z yang sudah mengalami ketergantungan teknologi akan menjadi peluang terbesar sebagai *early adopter*.

Penentuan strategi Ngonoo.com dengan cara merencanakan pembuatan bisnis plan, khususnya pada sebuah media online. Untuk membuat sebuah rencana bisnis diperlukan detil waktu, kelengkapan data, analisa dan penelitian. *Lean Canvas* merupakan adaptasi *Business Model Canvas* (BMC) oleh Alexander Osterwalder yang diciptakan Ash Maurya. *Lean canvas* sangat berfokus pada faktor *startup* seperti ketidakpastian dan risiko.

Perencanaan Ngonoo.com jika dimasukkan dalam metode *Lean Canvas* dengan memperhatikan elemen yang terdapat di dalamnya maka :



Gambar 12. Konsep *Lean Canvas*.
Sumber : *The Lean Startup*, Eric Ries (2011).

- *Problem*

Pada saat itu penggunaan *smartphone* tidak maksimal, beranomali dengan angka penjualan *smartphone* yang terus berkembang meningkat. Banyaknya kebutuhan akan informasi teknologi dan *gadget* sebagai referensi di awal kemunculan *smartphone*. Serta semakin dilibatkannya *gadget* dalam menunjang kebutuhan sehari-hari.

- *Solution*

Memberikan informasi teknologi dan *gadget* dengan pembahasan yang mudah dimenegrti. *User* akan lebih memaksimalkan fitur *gadget* yang dimiliki. Problem yang

timbul akibat minimnya pengetahuan mengenai *device* bisa diakhiri dengan berbagai macam tips dan trik yang dengan mudah diramban melalui informasi yang tersaji di Ngonoo.com.

- *Unique Value Proposition*

Penggunaan bahasa sehari-hari yang mudah diterima generasi Z dan milenial. Konten yang diisi merupakan hal yang dekat dengan generasi tersebut, misal aplikasi populer sampai ke beberapa game yang sedang digandrungi. Serta penggunaan desain web yang minimalis, namun tetap mempertahankan esensi Ngonoo.com sebagai portal informasi teknologi dan *gadget*.

- *Key Matrix*

Ngonoo.com tidak terlalu definitif mengenai *user* yang diinginkan melakukan visit ke portal. Sebagai media online, diperkirakan jumlah pageview tiap bulannya mengalami kenaikan. Yang pasti dengan adanya portal informasi dan *gadget* ini *user* dapat terbantu.

- *Cost Structure*

Biaya yang digunakan Ngonoo.com pada saat awal berdiri dibagi menjadi kebutuhan teknis pada pembuatan portal, dan kebutuhan non teknis (perlengkapan mendirikan Ngonoo Media Headquarters).

- *Revenue Stream*

Model bisnis yang dijalankan tak lain dengan meraup pendapatan dan keuntungan dari pemasaran yang dilakukan di internet. Salah satu cara mendapat penghasilan dari internet adalah dari *adnetwork*. Penghasilan dari *adnetwork* digunakan untuk menggerakkan aktivitas Ngonoo Media Network.

- *Channel*

Melalui platform media online, hal ini tentu terkait kapabilitas yang dimiliki, yaitu dapat diakses oleh berbagai peramban di berbagai macam *gadget*. Menggunakan fitur yang ramah dengan *device mobile*. Serta pemanfaatan media sosial yang mempunyai fungsi untuk berbagi.

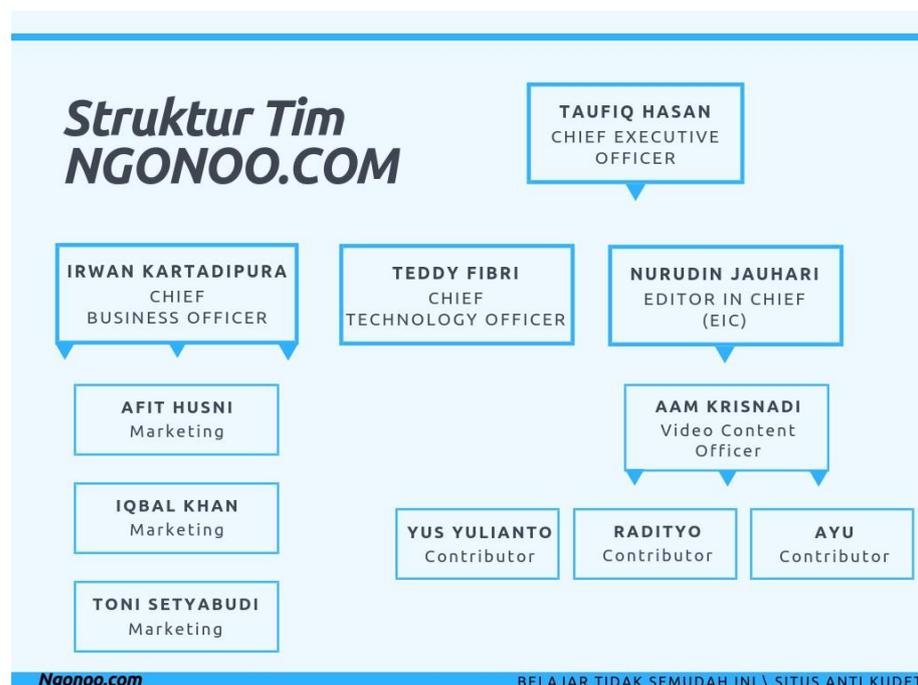
- *Unfair Advantage*

Para pendiri Ngonoo Media Network mempunyai kemampuan setara dalam internet marketing. Dengan modal tersebut, tim Ngonoo.com tidak akan terlalu terganggu dengan hambatan teknis yang muncul. Proses kerja *startup* media akan lebih terbantu jika sudah dipersiapkan solusi dari kendala non teknis yang kelak terjadi.

- *Customer Segment*

Generasai milenial dan generasi Z yang sudah mengalami ketergantungan teknologi. Konten dengan bahasa yang mudah dipahami *user* (pengguna *gadget*). Dengan adanya rubrikasi tips dan trik yang ditulis di portal ini memungkinkannya untuk diimplementasikan oleh siapapun. Selain itu, Ngonoo.com menyediakan berbagai macam informasi teknologi umum.

3.1.3 Struktur Tim Ngonoo.com



Gambar 13. Susunan struktur tim *startup* Ngonoo.com
sumber : interview

Pembentukan tim serta penempatan struktur pada Ngonoo.com dibuat secara efisien. Hal tersebut dipengaruhi oleh strategi tim untuk meminimalisir sumber daya yang harus dikeluarkan, terlebih ketika

masih dalam proses *bootstrap* secara mandiri. *Bootstrap* dilakukan ketika memulai perusahaan tanpa pemodal eksternal. Tim harus bisa memutar aliran dana pendapatan agar mencukupi anggaran keluar.

Ngonoo memberlakukan peraturan perusahaan yang dinamis dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhan operasionalnya. Karena dengan begitu atmosfer kerja menjadi kondusif, dan mendukung tercapainya tujuan bersama sebagai sebuah tim yang solid. Para *founder* yang mempunyai posisi inti di *startup* sebagai CEO, CBO, dan CTO masih merangkap sebagai kontributor. Begitu juga *web development*, mereka kembangkan beriringan bersama kewajiban memproduksi konten.

Proses yang menerapkan posisi multi (tugas ganda) terjadi pada saat masa awal-awal Ngonoo.com berdiri dan berkembang. Untuk pengalokasian posisi-posisi lainnya membutuhkan manajemen waktu dan peningkatan sumber daya yang tidak mudah. Setidaknya Ngonoo.com tetap berjalan sebagaimana seperti visi di awal menjadikannya tempat untuk mencari informasi mengenai teknologi.

Terdapat perubahan struktur organisasi tim Ngonoo.com pada tahun 2014. Namun tidak merubah struktur secara total, hanya saja menambahkan peran pada divisi redaksional. Perubahan tersebut antara lain dengan melakukan perekrutan kontributor sebagai pengisi konten. Saat itu, pekerjaan *freelance* ini sedang ramai di jagat online, dengan

indikasi semakin banyaknya lowongan pekerjaan yang membutuhkan spesifikasi sebagai *content writer*.

Sebelum adanya perubahan di tahun 2014 tersebut, sebenarnya Ngonoo.com sudah mempunyai penulis yang rutin mengirim artikel. Ngonoo.com sempat membuka peluang bagi siapapun untuk berkontribusi melalui menu “kirim artikel” di portalnya. Pengirim artikel akan diganjar penghargaan sebesar dua puluh ribu rupiah untuk setiap artikel yang dipublish Ngonoo.com.

Editorial ataupun redaksional Ngonoo.com baru dioptimalkan secara profesional pada tahun 2015. Namun sebelum itu sudah ada beberapa jurnalis online yang pernah berkontribusi menjadi *content writer*. Mereka berada di bawah supervisi *Editor in Chief*. Beberapa diantaranya adalah Ibnu Aziz, Taufan Prakoso, Hana Safira, Sofyan R, Wahid Hasan, David Setyawan, Rofiul Hadi, Wisnu Hendro, Fahmi Adib, Hendra Nugraha, Anggi Alfonso, Fajar Teguh Laksono, Arya Hanya, Teguh Yulianto, Onky, Radityo, Noviana Ayu, Yus Yulianto.

Ngonoo.com memiliki struktur organisasi seperti pada *startup* pada umumnya. Berdasar dari kesepakatan bersama ditetapkan beberapa alur kerja, sistem yang menggerakkan bisnis (*business model*), serta standar-standar operasional yang bertujuan menciptakan lingkungan dan suasana kerja kondusif.

Tidak ada proses perekrutan pada saat membentuk *startup* Ngonoo.com, tim bertemu karena kesamaan visi misi. Anggota CSS

mengabdikan hidup mereka untuk memperoleh keuntungan finansial di lahan yang sama, yaitu di bidang internet marketing. Setelah melalui proses untuk mendirikan *startup* Ngonoo Media Network, mereka yang tergabung pun lantas mempunyai peran yang jelas secara struktural.

Ngonoo.com dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer*. Peran CEO menjadi vital dikarenakan selain memimpin juga mewakili seluruh tim yang di kelola. Kemampuan *leadership* dan dapat menyelesaikan permasalahan kompleks mutlak dibutuhkan. Sewajarnya seorang CEO mempunyai pengetahuan lebih dalam mengenai perusahaan yang dipimpinnya, maka dari itu CEO biasanya berasal dari *founder* maupun *co-founder*.

CEO masih mempunyai beban tugas bagian redaksional, ini terjadi saat sebelum ada posisi *content writer* (kontributor). Walaupun tidak seproduktif *content writer*, peran CEO tidak boleh dikesampingkan. Mempunyai kewenangan tertinggi dan menjadi tugasnya dalam mengontrol seluruh aktivitas perusahaan, Taufiq Hasan didapuk tim sebagai *Chief Executive Officer* Ngonoo.com karena mempunyai karakter disegani oleh orang lain dan mempunyai jiwa kepemimpinan, dan tidak segan turun membantu demi tujuan bersama.

Tugas pertama CEO adalah membagi divisi atau bagian sub kerja karyawan. Pertama, bagian operasional yaitu mengkoordinasikan siapa saja yang bertugas di posisi teknikal seperti IT *support* (*maintance server* dan *web developer*), serta desain grafis untuk layout web. Bagian

operasional Ngonoo.com hanya diisi oleh posisi *Chief Technology Officer*. Peran ini tidak bisa dipisahkan dengan perusahaan *startup*. Model bisnis *startup* media online ini sangat bergantung pada teknologi, maka peranan CTO menjadi sangat krusial.

CTO di *startup* Ngonoo.com mempunyai tanggung jawab penuh atas segala kegiatan teknologi dan informasi. Menjaga kualitas layanan tetap baik menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh CTO. Tidak luput juga pengelolaan sumber daya berupa fasilitas pendukung misal pemeliharaan server, pengembangan produk, dan tugas lainnya yang membutuhkan keterampilan teknik informatika.

Memahami dasar pemrograman dan mengikuti perkembangan teknologi saat ini menjadi modal seorang CTO. Sementara Nurudin Jauhari merupakan *creator* dibalik layout Ngonoo.com. Pengalamannya dalam mendesain web tidak perlu diragukan lagi. Wawancara yang dilakukan oleh dj putri dalam <https://belajarwebdesign.com/wordpress/nurudin-jauhari-indonesian-wordpress-warriors/> cukup untuk menjelaskan profil seorang Pakdhe (sapaan akrab Nurudin Jauhari).

Kedua, posisi yang juga mempunyai peranan tidak kalah penting adalah bagian finansial, sebagai *startup* yang mengandalkan dana tanpa suntikan investor, pendapatan tentu menjadi faktor penentu kelanjutan bisnis. Pada bagian finansial, dipimpin oleh satu supervisor sebagai

Chief Business Officer (CBO) yang bertanggung jawab mengkoordinasi tiga posisi dibawahnya yaitu posisi sebagai marketing Ngonoo.com.

Selain finansial, CBO merangkap bertanggung jawab atas aktifitas kehumasan perusahaan. Maka dari itu, tugas CBO dibantu oleh tiga staff sebagai asisiten yang juga berperan sebagai marketing. Pada tahap awal sebuah *startup*, CBO juga lah yang bertanggung jawab pada penggajian karyawan. Selain tugas yang telah disebutkan, posisi CBO memang mempunyai rangkap fungsi (*multitasking*).

Tiga tugas utama posisi di CBO dikerjakan bersama, karena memang dalam posisi ini menggabungkan antara peran COO, CMO dan CFO. Adapun peranan yang lebih definitif antara lain :

- Manajemen operasional perusahaan.
 1. Melakukan riset audiens.
 2. Merumuskan kebijakan perusahaan.
 3. Membuat saran kepada CEO berhubungan dengan sumber daya manusia.
- Aktifitas kehumasan perusahaan.
 1. Menyusun kampanye humas dan event.
 2. Aktivitas internal dan eksternal relations.
 3. Menjaring klien, dan *partnership*.

- Manajemen finansial perusahaan
 1. Merumuskan dokumen keuangan.
 2. Membahas kesehatan keuangan perusahaan dengan CEO.
 3. Penggajian karyawan dan membagi hasil antar tim.

Ketiga, sebagai media online Ngonoo.com membentuk bagian redaksional yang sederhana. Pada bagian redaksi ini Ngonoo.com mengandalkan posisi *Editor in Chief* (EIC) sebagai pemimpin redaksi. Lalu dibawah EIC ada peran asisten editor merangkap dengan pengisi konten multimedia. Selebihnya merupakan penulis konten yang berkewajiban menyusun artikel di Ngonoo.com. Beberapa penulis konten pada awalnya adalah sebagian besar tim Ngonoo.com.

Redaksional mempunyai peran vital karena konten merupakan ujung tombak untuk mendapatkan iklan yang nantinya akan menggerakkan roda bisnis Ngonoo.com. Bukan perkara yang susah, jika memiliki sumber daya manusia dengan kompetensi bagus dan berpengalaman. Namun bukan jaminan akan sukses dengan cepat, mengingat Ngonoo.com merupakan proyek bersama yang dijalankan oleh tim. Posisi ini bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian seperti fungsi pengelolaan artikel dan konten di Ngonoo.com. EIC mempunyai kewenangan mengawasi isi seluruh rubrik portal, penetapan kebijakan serta koordinasi antara kontributor dengan tim inti Ngonoo.com. Maka dari itu, EIC sangat vital perannya dalam seluruh kegiatan redaksional.

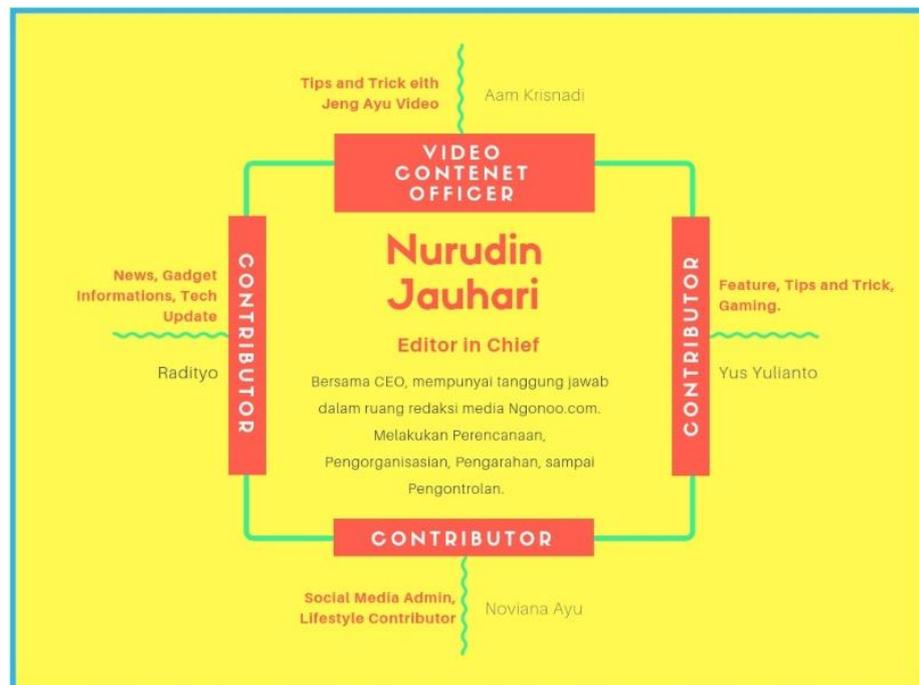
Tugas EIC antara lain :

- Bertanggungjawab terhadap konten Website.
- Memberikan arahan kepada kontributor.
- Menentukan layak tidaknya suatu berita dan foto untuk ditayangkan dalam portal.

Konten yang bagus dan menarik perhatian tidak dibuat sesederhana postingan pada umumnya. Memerlukan keahlian di bidang seni dan juga mengetahui sasaran yang dituju. Meskipun begitu, lowongan sebagai *content video creator* sekarang ini banyak bertebaran di media online, ini membuktikan bagaimana sebuah perusahaan atau individu menilai bahwa konten dalam media sosial itu penting.

Elemen terakhir dalam bidang redaksional Ngonoo.com adalah *Contributor* yang posisinya dibawah arahan EIC dan VCO. *Contributor* juga mempunyai beberapa istilah seperti *content writer* maupun *copywriter*. Sekarang ini, banyak ditemukan lowongan sebagai *content writer* baik itu *fulltime* maupun *freelance*. Dalam beberapa media massa, posisi kontributor memang dibuat berstatus *freelance*, ini menjadikan seorang yang bekerja menjadi kontributor media sebagai pekerja kontrak atau pekerja paruh waktu. Sama halnya dengan media online, para penulis konten merupakan bagian terpisah dari perusahaan.

Posisi kontributor berada di luar struktur tim inti Ngonoo.com. Kontributor diposisikan pada alur yang berbeda karena tugas kerja mereka yang sudah tentu (sesuai *jobdesc*), dan besaran upah perbulan yang sudah tetap tatkala terjadi persetujuan kontrak. Posisi kontributor di supervisi oleh *Editor in Chief* dan *Chief Executive Officer* secara langsung. Keduanya mempunyai peran sebagai pengarah dan penentu konten yang akan dibuat oleh kontributor.



Gambar 14. Redaksi VIRTUAL Ngonoo.com
sumber : interview

Keefektifan alur kerja menjadi kunci pengorganisasian *startup* media online Ngonoo.com. Pengorganisasian secara efektif menghasilkan koordinasi yang diharapkan lebih baik terhadap sumber daya perusahaan, baik itu sumber daya manusia, maupun material yang dimiliki. Sukses sebuah organisasi sebagian besar tergantung pada

kemampuan manajemen untuk mendayagunakan semua sumberdaya yang dimiliki secara efisien.

Suasana kerja di Ngonoo.com pun mempunyai ciri khas sebagai *startup* pada umumnya. Tidak memberlakukan aturan ketat, namun tiap anggota tim tetap mempunyai kesadaran akan kesuksesan proyek bersama. Dalam perkembangannya, karyawan Ngonoo.com (yang berposisi sebagai penulis konten) diberi keleluasaan untuk melaksanakan perannya tanpa harus mendatangi kantor. Bagian redaksional memanfaatkan media sosial sebagai ruang redaksi virtual (online) yang diandalkan untuk saling komunikasi antara EIC dan penulis konten juga kontributor lepas.

3.1.4 Proses penulisan konten.

Proses penulisan konten yang ada di portal Ngonoo.com dilakukan oleh kontributor atau penulis konten (*content writer*). Ngonoo.com sendiri memiliki setidaknya tiga masa yang berbeda mengenai sistem penulisan konten oleh beberapa macam kontributor, diantaranya sebagai berikut :

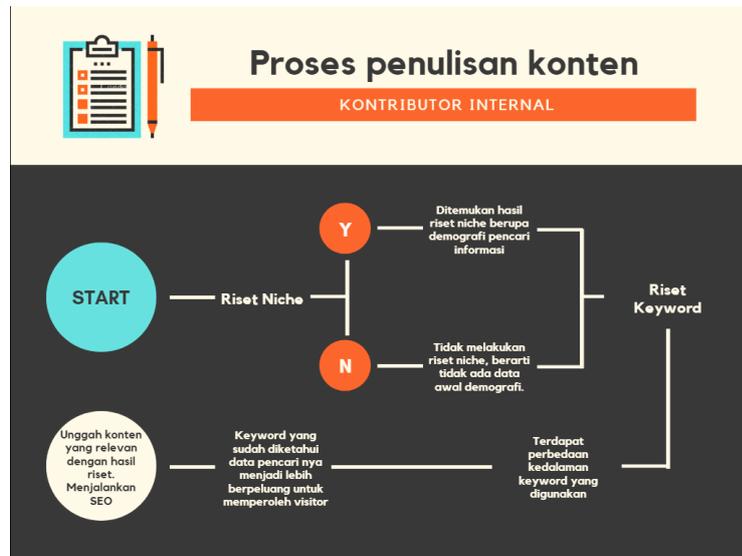
a. Kontributor internal.

Pertama, penulis konten adalah tim Ngonoo.com itu sendiri. *Founder* dan *co-founder* Ngonoo.com mempunyai pengalaman yang mendukung, dimana sebelumnya merupakan pegiat online dan internet marketer. Mereka sudah

terbiasa menulis konten untuk blog dan web mereka sendiri, atau mengisi di beberapa media online lain.

Penulis konten yang masih merupakan anggota tim Ngonoo.com bisa disebut sebagai kontributor internal. Proses penulisan oleh kontributor internal tidak memiliki peraturan yang mengikat, dimana mereka bebas untuk menulis konten dengan rubrikasi yang tidak tersaring. Akibatnya, pada masa ini rubrikasi pada portal Ngonoo.com mempunyai cukup banyak kategori.

Dalam merumuskan rubrikasi media perlu juga mempertimbangkan kebutuhan dan fungsi informasi yang diinginkan oleh *user*. Sebelumnya, rubrikasi Ngonoo.com menasar ke berita umum layaknya *mashable*. Penulisan bahasa dalam konten Ngonoo.com menggunakan bahasa yang sederhana sehingga mudah dimengerti. Penentuan rubrikasi tersebut pun tak terlepas dari riset yang dilakukan oleh beberapa kontributor internal menggunakan *tools* yang berbeda.



Gambar 15. Proses penulisan konten oleh kontributor internal Ngonoo.com
sumber : interview

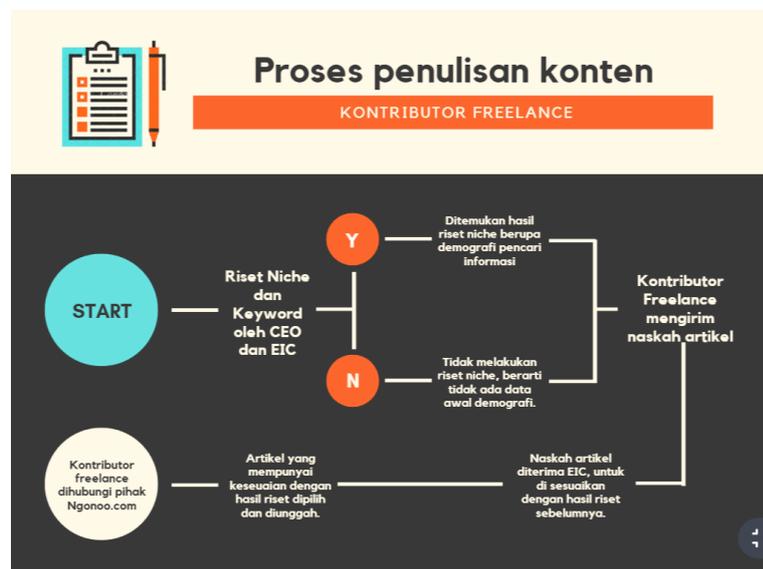
Penulisan konten oleh kontributor internal dimulai dari pencarian niche, lalu dilanjutkan dengan riset keyword. Aktivitas ini merupakan kegiatan yang sudah sering dilakukan oleh internet marketer dan pegiat online. Konsepnya sama, yaitu meminimalisir mempublish konten yang tidak diminati *user*. Namun, pada penerapannya setiap periset menggunakan cara-cara yang mungkin berbeda.

b. Kontributor *freelance* dan artikel kiriman *user*

Untuk menunjang produktivitas konten Ngonoo, manajemen memutuskan untuk mempekerjakan kontributor yang bukan diproyeksikan menjadi karyawan tetap, namun sebagai *freelance*. Pekerjaan *freelance* sedang berkembang dan mempunyai potensi yang menguntungkan dari sisi pekerja maupun yang mempekerjakan. Kontributor di media online

pada saat itu biasa dikerjakan oleh orang yang memang mempunyai passion sebagai penulis dan jurnalis online, dan atau malah seorang *freelancer* yang mencari pemasukan tambahan.

Pada suatu waktu, Ngonoo mempunyai kontributor dengan jumlah 7 orang sebagian *freelance*. *Freelancer* tidak berdomisili di Yogyakarta, dan mempunyai hak yang sama untuk dibayar sesuai perjanjian selama dalam proses penulisan konten mereka tidak menyalahi aturan. Pada awal sistem kontributor *freelance*, Ngonoo memberikan bayaran sebesar 20 ribu rupiah setiap tulisan yang dimuat di portal teknologi ini.



Gambar 16. Proses penulisan konten oleh kontributor *freelance* Ngonoo.com
sumber : interview

c. Kontributor tetap.

Pada awal 2014 dimana Ngonoo melakukan pembaharuan besar-besaran di beberapa lini, tidak terkecuali susunan tim redaksi media online ini. Dari 7 kontributor, dipilih 3 orang yang mempunyai performa bagus dan dianggap layak untuk menjadi penulis tetap. Sisanya masih menggunakan sistem bayar per *publish*. Ketiga orang yang diikat dengan kontrak sebagai penulis tetap antara lain, Ayu, Yus, dan Radit.

Tiga kontributor tersebut mempunyai tugas yang berbeda sesuai dari arahan EIC, yaitu penulis rubrik tips & trik, rubrik *gadget*, dan admin untuk mengelola media sosial. Ini tidak berlaku pada awal mereka bertiga dikontrak, dimana masing-masing menulis artikel yang merepresentasikan Ngonoo.com sebagai portal teknologi dan *gadget* dengan kewajiban lima artikel perhari pada hari kerja. Lambat laun, karakteristik dan kecocokan penulis terlihat, dan akhirnya diatur seperti yang sekarang berjalan.

Tidak ada pelatihan khusus untuk karyawan (*training*), ini yang terjadi sewaktu kontributor masuk menjadi tim redaksi Ngonoo.com dibawah arahan EIC. Alasan dibalik tidak adanya pelatihan adalah untuk membebaskan masing-masing kontributor berkreasi tanpa ada batasan. Gaya

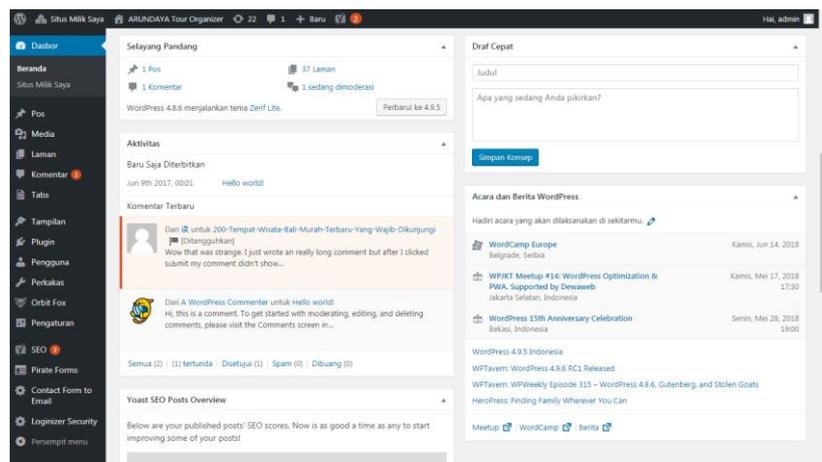
penulisan pun tidak harus menggunakan bahasa Indonesia dengan ejaan yang disempurnakan. Dasar penggunaan bahasa kekinian disebabkan oleh mayoritas *visitor* merupakan generasi milenial, tidak jauh dari usia penulis.

Berjalan lebih dari setahun bagi karyawan baru di bagian redaksional, tim Ngonoo pun semakin mengenal karakter masing-masing dengan segala kekurangan dan kelebihan. Dari tulisan-tulisan yang sudah termuat, Taufiq dan Jauhari merumuskan strategi agar lebih efisien dan tidak terjadi post yang hampir sama antar kontributor dalam satu waktu.

Pengontrolan langsung dari supervisor terkait penugasan penulis untuk mengisi rubrikasi tertentu yang lebih spesifik, dan berbeda satu sama yang lain. Dalam rebranding Ngonoo.com sebagai portal aplikasi dan *gadget*, sudah pasti dibagi menjadi dua koridor yaitu tentang aplikasi, dan tentang *gadget*. Namun, hal terkait teknik penulisan diserahkan sepenuhnya kepada kontributor. Supervisor hanya memberikan informasi jika mayoritas *user* adalah usia remaja.

Untuk hal terkait riset niche dan pencarian keyword hanya beberapa kali digunakan, karena konten yang dirilis sudah mulai konsisten. Hal yang selama 4 tahun terakhir sulit untuk dilakukan akhirnya terwujud. Visi Ngonoo dimulai dengan membangun brand sebagai portal informasi teknologi

dan *gadget*. Strategi lain seperti riset audiens baru-baru ini dilakukan, dan terdapat kesimpulan banyak *user* dari generasi millenials. Karakteristik penggunaan media sosial generasi ini cenderung tinggi. Maka dari itu, akun media sosial Ngonoo dimanfaatkan untuk *broadcast* informasi teknologi terkini.

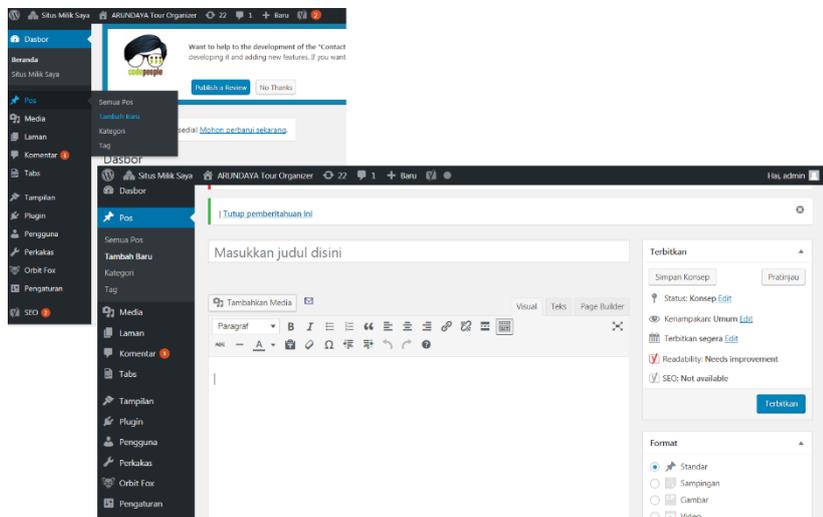


Gambar 17. Dashboard *content management system* (CMS) Wordpress
sumber : wawancara kontributor

Dalam redaksi online, sistematika pelaporan artikel dengan penulis cukup memberikan naskah artikel melalui surat elektronik (*e-mail*). Surel tersebut disampaikan kepada EIC ataupun bagian *editorial officer* untuk kemudian melalui proses pemeriksaan singkat sesuai standar yang berlaku sebelum dirilis di media. Saat Ngonoo.com mempunyai kontributor diluar tim *startup*, hal ini diaplikasikan dalam aktivitas redaksionalnya. Strategi semacam ini memungkinkan naskah melewati tahap penyuntingan guna meminimalisir kesalahan. Namun setelah Ngonoo.com mempunyai

kontributor tetap, artikel langsung dibuat di CMS (*content management system*).

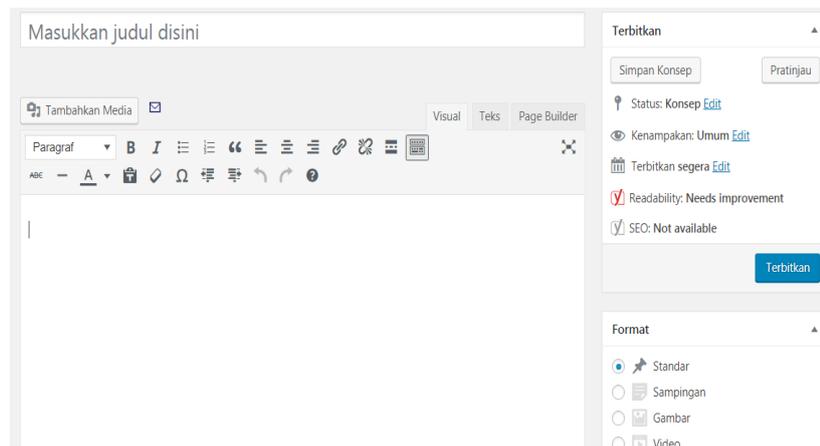
Untuk penggunaan *content management system* yang Ngonoo.com terapkan masih menggunakan fitur *default wordpress*. Jadi, tiga kontributor masing-masing diberikan akses untuk masuk ke *wordpress* Ngonoo.com. Setelah *login* maka otomatis diarahkan masuk ke halaman *dashboard*. Fitur di *dashboard* bermacam-macam, mulai dari *post*, *media*, dan beberapa fungsi *customize*. Karena kontributor hanya berkewajiban untuk memproduksi konten artikel, maka tidak diperkenankan mengotak-atik fitur selain *post*.



Gambar 18. Jendela posting artikel.
Disini ada fitur input judul dan naskah konten
sumber : wawancara kontributor

Pada jendela *post* ini, terdapat dua kolom input dimana kolom pertama adalah untuk input judul artikel, dan yang kedua adalah untuk konten artikelnya. Judul artikel

mempunyai batasan maksimal jumlah kata, sementara konten artikel tidak terbatas dan mempunyai beberapa fitur yang biasa kita temukan saat menulis di *microsoft word* misalnya. Terdapat *formatting text*, *add link*, *add media*, dsb. Untuk tulisan artikel Ngonoo, diperkenankan menambahkan media terutama gambar yang mendukung konten tulisan. Fitur *add media* pun sudah cukup untuk keperluan upload visualisasi pendukung.



Gambar 19. Jendela konfirmasi publish atau save to draft

sumber : wawancara kontributor

Setelah selesai membuat naskah, kontributor memberitahukan kepada EIC untuk diperiksa. Caranya adalah dengan fitur *save to draft*, naskah tulisan kontributor tidak akan langsung termuat di website Ngonoo. Alur yang harus dilewati adalah pemeriksaan kualitas konten kontributor, apakah cukup memenuhi standar penulisan Ngonoo, ataukah perlu diperbaiki. EIC memeriksa pada daftar *draft*, disinilah

naskah tulisan kontributor yang berstatus *pending* menunggu persetujuan untuk dimuat di website. Apabila sudah sesuai dengan standar (tidak mengandung unsur, pornografi, kekerasan, dan SARA) maka EIC berhak untuk menerbitkannya.

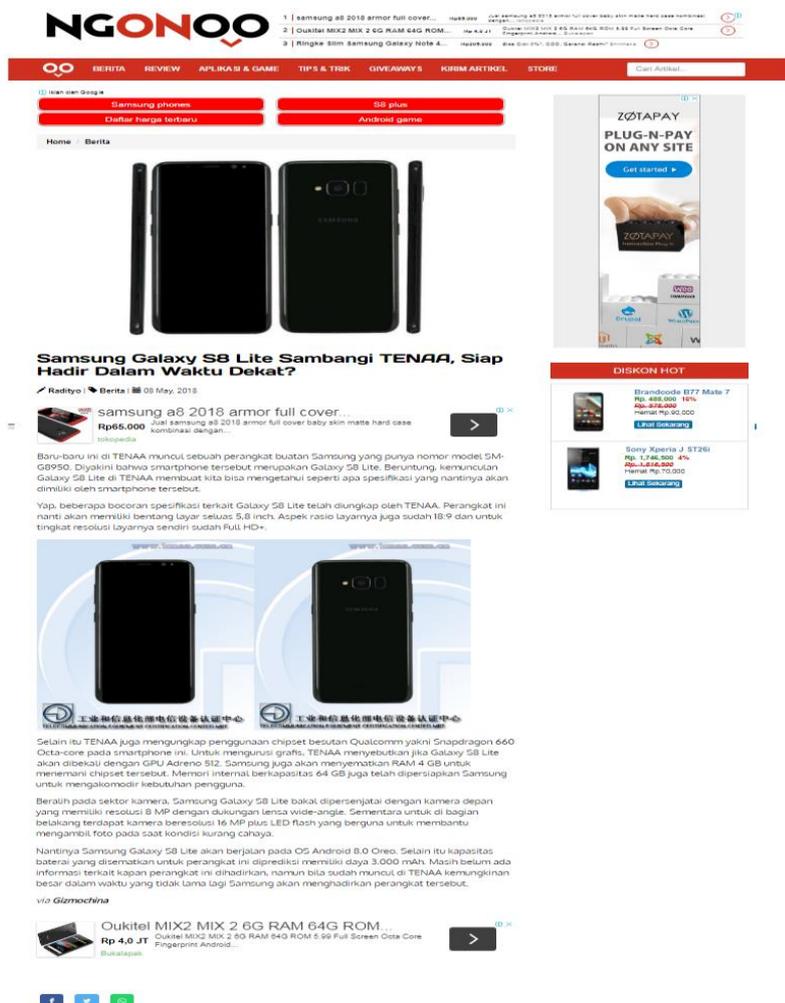
Peranan EIC untuk memberikan kontrol kualitas tulisan yang diproduksi oleh kontributor, agar tidak banyak mendapat respon kurang bagus oleh khalayak terhadap Ngonoo. Demi kebermanfaatan konten, kontributor tidak hanya menggunakan pengaruh karakter mereka sendiri, namun tetap dibantu oleh CEO. Pada tahap ini, CEO berusaha menganalisis *trend* yang sedang ramai ditemukan dalam pencarian untuk diangkat menjadi sebuah tulisan. Strategi semacam ini merupakan hal yang umum dilakukan dan berhasil diperankan oleh situs entertainment, namun ternyata dalam situs teknologi memerlukan perpaduan informasi yang didapat dari agregator dan tool analytics seperti google trends. CEO memberikan beberapa *clue* mengenai *niche*, disertai dengan *source agregator* (sumber yang dapat dipercaya) untuk dijadikan referensi naskah konten oleh kontributor Ngonoo.

Pengarahan langsung dari CEO dan EIC pun tidak hanya untuk penentuan kategori/rubrikasi. Pemilihan *news agregator* industri media online masih selalu berkiblat ke negara maju.

Sehingga untuk mendapatkan *update* berita dilakukan proses *copywriting*. Karena perkembangan konten internet yang begitu cepat, situs aggregator menjadi pilihan sebagai sumber terutama yang belum mempunyai *insight* dan belum mahir melakukan *searching* berita.

Tugas dan pengarahan baru untuk masing-masing kontributor akan dijelaskan lebih singkat sebagai berikut :

- Radityo



Gambar 20. Artikel yang ditulis Radityo
sumber : <https://ngonoo.com/2018/05/141441/samsung-galaxy-s8-lite-samburgi-tenaa-siap-hadir-dalam-waktu-dekat>

Radityo bertugas menulis konten teknologi dan *gadget*, dan ini merupakan spesifikasi keahliannya. Mempunyai minat di bidang teknologi, Radit mempunyai ciri tulisan *straight news*. Dengan kedua karakteristik tersebut, artikel yang dibuat Radit adalah berita langsung.

- Noviana Ayu.

Noviana Ayu merupakan kontributor Ngonoo yang mempunyai kedisiplinan tinggi. Kewajibannya sebagai kontributor maupun kehadirannya di kantor Maliome dihitung menjadi nilai tambah baginya. Memulai karir menjadi kontributor Ngonoo, dan kerap kali menulis tentang *feature* dan hiburan.

Peran kedua setelah menjadi kontributor adalah sebagai admin media sosial. Seperti yang kita ketahui generasi milenial lebih banyak menggunakan internet untuk mengakses media sosial, maka dari itu Ngonoo mendistribusikan konten melalui medsos dengan memberikan informasi teknologi terkini.



Gambar 21. Screenshoot unggahan medsos instagram dan facebook Ngonoo.com

sumber <https://www.instagram.com/ngonoo/?hl=id>
<https://www.facebook.com/ngonoo/>

Mempunyai pengalaman sebagai talent dalam rubrik tips yang mempunyai channel sendiri di JAV (Jeng Ayu Vlog). JAV merupakan salah satu produk Ngonoo untuk rubrik tips dan trik *gadget*. Memvisualisasikan tips dan trik tersebut ke dalam kemasan video, dibantu oleh Aam yang menjabat sebaga VCO Ngonoo. Mereka mencoba melakukan kolaborasi untuk mendemonstrasikan tips dan trik *gadget* secara step by step. Tak butuh waktu lama, pelanggan pun banyak yang mengikuti Jeng Ayu Vlog (JAV) yang memuat tips dan trik.



Gambar 22. Channel Youtube Jeng Ayu Video

Sumber :

<https://www.youtube.com/channel/UCLi3nNFHGr8lnLnTkrJZrLQ>

- Yus Yulianto.

Yus Yulianto merupakan kontributor yang belum pernah menampilkan sosok asli di depan rekan tim Ngonoo. Berdomisili di Jakarta, dan mempunyai kesibukan sebagai penulis beberapa media online membuatnya tidak sempat untuk berkunjung ke kantor Ngonoo. Tugas Yus menulis seputar tips dan trik, baik penggunaan aplikasi maupun game. Keahliannya juga seputar game sering dimuat di Ngonoo dan kerap muncul di penelusuran google, karena memang game yang diulas merupakan *trending topic* saat itu juga. Kelebihan Yus adalah membahasakan suatu hal dengan peristiwa yang sedang trend.

NGONOO GET REWARDS WITH CASH REWARDS

BERITA | REVIEW | APK & GAME | TOP 3 & TREN | GIVEAWAY | KONTAK | STORE

Mobile Legend | Game Tanker | Legend | Game Hero

Home | Android



5 Hal yang Wajib Kamu Lakukan Ketika Menggunakan Hero Tanker Di Mobile Legends

Yus Yulianto | Android | 23 Apr 2018

topi baseball / baseball caps / topi... Rp65.000

Setiap hero di Mobile Legends terbagi dalam beberapa role. Ada monitornan, assassin, fighter, hingga tanker. Nah, orang-orang yang tanker, ada di bagian-bagian role yang cukup penting ketika-ananya di dalam tim. Dengan adanya tanker, pertahanan tim jadi lebih kuat.

Topi sebenarnya, apa saja sih peran seorang tanker di Mobile Legends? Kalau kamu masih bingung, ini 5 hal yang harus kamu lakukan ketika menggunakan hero tanker di Mobile Legends.

1. Menjadi yang terdepan saat war
2. Melindungi damage dealer
3. Jangan ambil monster hutan
4. Tidak usah pedulikan MVP, poin kill, dan lainnya
5. Gunakan spell Iron Wall agar tanker kamu makin alot



Tugas pertama seorang tanker di Mobile Legends tentu saja adalah menjadi yang terdepan saat war. Melindungi semua serangan musuh.

Kamu tidak perlu takut, karena teman-teman kamu yang lain akan melindungi kamu dari belakang dan melancarkan serangan.

Kalaupun kamu mati, ketahanan kamu tidak akan sia-sia karena sudah menaikan peran kamu dengan baik sebagai seorang tanker.



Tugas kedua kamu sebagai seorang tanker adalah melindungi para damage dealer. Mulai dari melindungi hingga fighter.

Kemana?

Karena mereka semua memiliki pertahanan yang tipis. Jadi harus kamu lindungi.

Sementara kamu menerima serangan dari lawan, mereka akan membeda kamu dari belakang dengan melancarkan serangan mereka.

DISKON HOT

Polytron Robot T3 R2... Rp. 750.000

Asus Ulipad Z3 Duo... Rp. 750.000



3. Jangan ambil monster hutan

Ketika bermain Mobile Legends menggunakan hero tanker, kamu tidak usah buang-buang waktu dengan jungling atau farming di hutan.

Nanti kamu olomolom makanan.

Monster di hutan itu jatahnya monitornan.

Kamu fokus saja mengawal teman-teman kamu yang akan war. Level kamu juga akan naik dengan sendirinya seiring dengan permainan.



4. Tidak usah pedulikan MVP, poin kill, dan lainnya

Sebagai seorang tanker, tugas kamu adalah untuk menjadi pelindung tim.

Kamu tidak diwajibkan untuk mengumpulkan kill, atau menjadi MVP.

Fokus saja untuk melindungi teman-teman kamu dan menjadi support yang baik.

Karena kalau kamu fokus untuk mengumpulkan poin kill, itu hanya akan buang-buang waktu saja. Jangan ngincer poin kill kalau jadi tanker. Berat, kamu ga akan kuat. Biar monitornan saja.



5. Gunakan spell Iron Wall agar tanker kamu makin alot

Untuk membantu kamu dalam medan pertempuran, kamu bisa menggunakan battle spell.

Battle spell ini bisa dikatakan adalah skill tambahan yang bisa kamu pilih sesuai kebutuhan.

Ketika menggunakan tanker, kamu jangan sembarangan menggunakan spell ya. Pastikan kamu menggunakan Iron Wall.

Karena dengan spell ini, kamu bisa menahan 40% damage yang diberikan lawan selama 30 detik. Jadi makin alot deh tanker kamu.

www.JNBA.Asia

Gambar 23. Screenshot artikel Yus Yulianto.
 rubrikasi tips dan trik : walkthrough Mobile Legend
 Sumber : <https://ngonoo.com/2018/04/192522/5-hal-yang-wajib-kamu-lakukan-ketika-menggunakan-hero-tanker-di-mobile-legends/>

Tabel 1 : Performa karyawan tetap Ngonoo.com sebagai kontributor

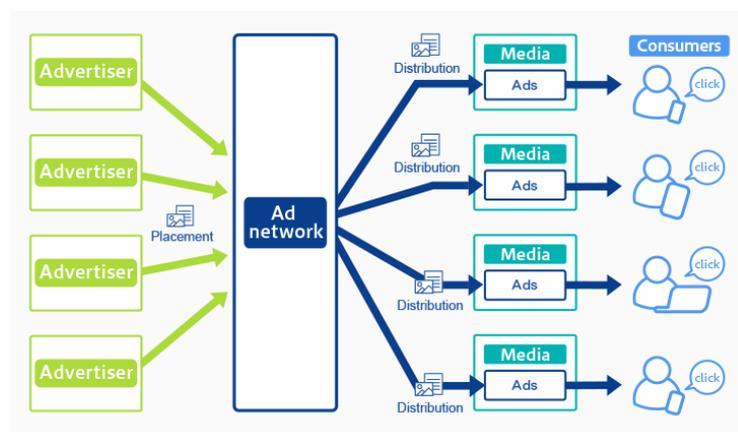
	Radityo	Noviana	Yus
Featured	43	8	
Tips Trik	165	39	23
Hiburan	224	978	
Media Sosial	71	83	
Teknologi	1351	34	
Berita	255	8	54
Android	6		568
Windows			15
Macos			2
Aplikasi	6		41
Selingan		2	
Otomotif	79	7	
<i>Devices</i>	1689	1	
Sepak bola	3		
Olahraga	23		
Arsip	3		4

Sumber : www.ngonoo.com/author/

3.1.5 Pengelolaan Finansial

Model bisnis yang dijalankan tak lain dengan meraup pendapatan dan keuntungan dari pemasaran yang dilakukan di internet. Salah satu cara mendapat penghasilan dari internet adalah dari *adnetwork*. Model bisnis ini sanggup menggerakkan aktivitas media Ngonoo.com. *Adnetwork* berasal dari kata *advertising* dan *network*, jadi secara definisi berarti periklanan yang menggunakan teknologi baru dengan konsep digital. *Adnetwork* bekerja manakala sebuah *publisher* (pemilik situs) dan *advertiser* (pengiklan) dihubungkan oleh sebuah sistem.

Teknologi ini sebenarnya sudah ada sejak tahun 2007, saat internet semakin dimanfaatkan dalam kehidupan. Termasuk dalam hal periklanan, saat itu pemilik website masih cukup kesulitan mencari perusahaan yang tertarik beriklan. Permasalahan tersebut memuncak tatkala internet semakin berkembang dan mempunyai potensi besar, dan perusahaan pun akhirnya berusaha menghadapi kenyataan bahwa memerlukan kehadirannya di internet dengan cara beriklan di situs lain.



Gambar 24. Cara kerja *adnetwork*
Sumber : internet

Ngonoo sebagai portal informasi teknologi dan *gadget* mendatangkan banyak pengunjung yang entah itu tertarik mengikuti teknologi, ataupun khalayak yang sedang mencari informasi mengenai *gadget* idamannya. Secara umum, pihak *advertiser* akan lebih tertarik bekerja sama dengan *publisher* yang kredibel, baik itu stabil dilihat dari pergerakan *traffic visitor*, maupun *brand publisher*.

Ngonoo cukup mempunyai *track record* baik, dimana *startup* yang ada dalam list *Tech in Asia* dan Eselon (e27) ini kerap melakukan kunjungan event teknologi nasional dan internasional khususnya yang diselenggarakan di Indonesia. Menjadi bagian dari *startup* Asia 2014 di Jakarta, dan acapkali menjadi tuan rumah saat menjamu sesama *startup* yang berkunjung ke Yogyakarta. Selain itu, Ngonoo Media Network juga mengadakan berbagai event yang bersifat kolaborasi maupun inisiasi sendiri di seputar Yogyakarta. Hal yang sudah dilakukan membuat jaringan Ngonoo meluas dan khalayak mengetahui keberadaan mereka di tengah persaingan media online.

Berbicara mengenai *adnetwork*, *ngonoo.com* menggunakan layanan *Google Adsense* dan *Affiliate* dengan *startup e-commerce* Lazada, Bhinneka, dan Tokopedia. Tidak cukup dua metode tersebut, *direct ads* yang umumnya berbentuk *banner* dikembangkan lagi menjadi bentuk artikel dan ulasan secara eksklusif. *Advertiser* mempunyai beragam pemikiran, jadi itulah kenapa *ngonoo.com* menyediakan alternatif bagi siapapun yang memang ingin bekerjasama.

Mayoritas *advertiser* masih dalam satu koridor, yaitu dalam bidang teknologi. Produsen teknologi yang bergerak di pasar *smartphone* merupakan pelanggan yang kerap bekerjasama, namun tidak menutup kemungkinan juga ada beberapa dari produsen teknologi laptop dan penyedia layanan jaringan. Untuk *direct ads*, Ngonoo mempunyai paket pilihan bagi *advertiser*. Apakah satu kali penerbitan sponsored artikel (sekali putus), atau lebih dalam lagi dan secara kontinyu (premium).

Hal yang dipertimbangkan oleh *advertiser* saat memilih paket sekali putus dan premium adalah pada harga, kualitas konten, dan layanan yang diberikan Ngonoo guna mencapai target tertentu. Kerjasama sekali putus dan premium memiliki kriteria sebagai berikut :

Tabel 2 : Perbandingan layanan paid promote sekali putus dan premium beriklan di Ngonoo.com

	Sekali putus	Premium
Harga	Terjangkau.	Sepadannya dengan fiturnya.
Konten	a. Ulasan mengenai produk, dan fakta pendukung lainnya ditulis pada satu	a. Penulisan konten produk dilakukan secara berlanjut dan dimungkinkan banyak perulangan.

	<p>artikel, bisa melebihi 7 paragraf.</p> <p>b. Konten dikreasi oleh tim Ngonoo, atau sudah dalam bentuk siap release, maupun gabungan dari keduanya.</p>	<p>b. Konten dikreasikan tim Ngonoo dengan persetujuan pengiklan dari step awal sampai akhir.</p>
Release	<p>Satu kali;</p> <p>Setelah pembayaran diselesaikan advertiser, maka sponsored article dipublish.</p>	<p>Sesuai kesepakatan;</p> <p>Setelah terjadi kesepakatan, setiap perilisan konten dikonsultasikan dengan pengiklan terlebih dulu.</p>
Layanan	<p>Tidak ada umpan balik yang terjadi antara advertiser dan publisher. setelah sponsored article dipublish</p>	<p>Ngonoo akan mendukung kampanye yang dilakukan pengiklan, dan pengiklan akan mendapatkan insight berupa data dan timbal balik laporan penjualan.</p>

Sumber : wawancara

Pada kenyataannya, *advertiser* lebih memilih paket sekali putus.

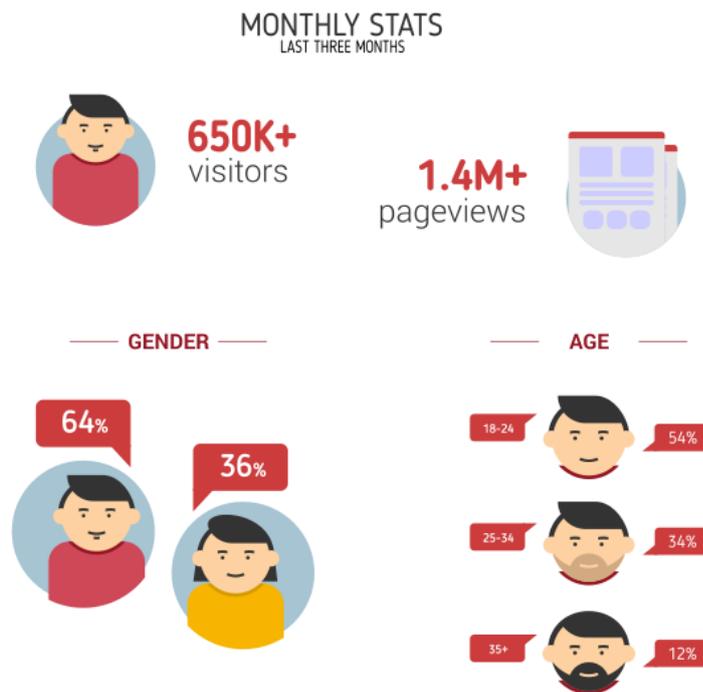
Taufiq Hasan dalam wawancara :

“Padahal kita sudah memberikan tawaran untuk mengulas produk sponsor dengan lebih mendalam dengan sistem kontrak, jadi dari awal sampai akhir nanti kita membuat konten sponsor itu dengan tujuan meningkatkan aware *user* terhadap produk. Padahal jika produk diperkenalkan secara terus menerus hasilnya pasti akan lebih bagus ketimbang sistem sekali putus. Dalam hal konten pun kita akan lebih leluasa menggiring pikiran *user* untuk menentukan pilihannya ke produk sponsor. Ulasan tersebut akan lebih menarik jika disajikan di review dan tips n trik, jadi kita bisa memonitor berapa trafficnya dan memang kebanyakan *viewers* kita banyak dari konten ini.”

Selain mengandalkan penghasilannya dari *adnetwork* ngonoo.com, Ngonoo Media Network juga terjun ke *event creator*. Ketika itu, salah satu alat telusur terkemuka *Opera* memerlukan jasa untuk meningkatkan *awareness* pengguna internet pada merknya. Salah satu tujuan kerjasama tersebut adalah penggunaan produk *opera* yang meningkat, mulai dari aplikasi *Opera Browser* pada komputer, maupun *Opera Mini* pada *smartphone*. Bentuk kerjasama meliputi penyelenggaraan event teknologi oleh Ngonoo di Yogyakarta, dan pemuatan tulisan yang mendukung promosi *Opera* di situs Ngonoo.com. Kerjasama *Opera* dengan Ngonoo yang diawali tahun 2013 sendiri berlangsung sampai 2015.

3.1.6 Identifikasi *User*

Berdasarkan hasil analisa yang dirilis dari tim Ngonoo, jumlah pengunjung situs ngonoo.com mempunyai rata-rata yang tidak jauh berubah. Penggunaan tools yang bermacam-macam termasuk juga setiap individu mempunyai metode masing-masing oleh beberapa orang di tim Ngonoo tidak dijadikan masalah, itu merupakan keberagaman di sebuah tim yang tidak bisa dihindarkan. Namun secara resmi penggunaan tools yang disediakan oleh google analytics menjadi standar operasional untuk mengetahui statistik.



Gambar 25. Infografis mengenai *User* Ngonoo dilihat per bulan (2017 akhir).
(sumber : <https://ngonoo.com/ads/>)

Terlihat dalam gambar diatas merupakan infografis yang menginformasikan mengenai pengunjung situs Ngonoo.com. Penghitungan yang ada di infografis tersebut diambil dalam jangka

waktu 3 bulan terakhir antara kuartal 3 dan kuartal 4 tahun 2017. Pengunjung (*user*) perbulan mencapai 650.000 *visitors*, sementara halaman yang dilihat menghasilkan angka 1.4 juta *pageviews*.

Rataan jumlah *user* perbulan menjadikan laki-laki sebagai mayoritas dengan mengambil bagian sebesar 64%, dibanding wanita sekitar 36%nya. Sementara statistik mengungkap bahwasannya *user* yang tertarik untuk mencari informasi teknologi berkisar antara usia remaja sampai dewasa. Cakupan usia yang dimiliki *google analytics* dimulai pada rentang usia 18-24 mempunyai prosentase tertinggi sebesar 54% , lalu rentang usia 25-34 dengan perolehan 34%, dan umur 35 tahun keatas hanya 12%.

Google

Dimensi	Nilai
Usia	18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65+
Jenis kelamin	Pria, Wanita
Kategori Afinitas	Gaya hidup yang serupa dengan pemirsa TV, misalnya, Penggila Teknologi, Penggemar Olahraga, dan Gemar Memasak
Segmen Dalam Pasar	Minat pembelian produk
Kategori Lainnya	Menyediakan tampilan pengguna Anda yang paling spesifik. Misalnya, Kategori Afinitas mencakup Pencinta Makanan, Kategori Lainnya mencakup Resep/Hidangan/Asia Timur

Anda dapat melihat metrik Analytics yang berlaku dalam konteks dimensi ini (misalnya, Sesi, Rasio Pentalan, Transaksi, Pendapatan).

Anda dapat membuat [segmen](#) berdasarkan dimensi ini, dan dapat menggunakan segmen tersebut untuk menganalisis data dan membuat [audiens pemasaran ulang](#).

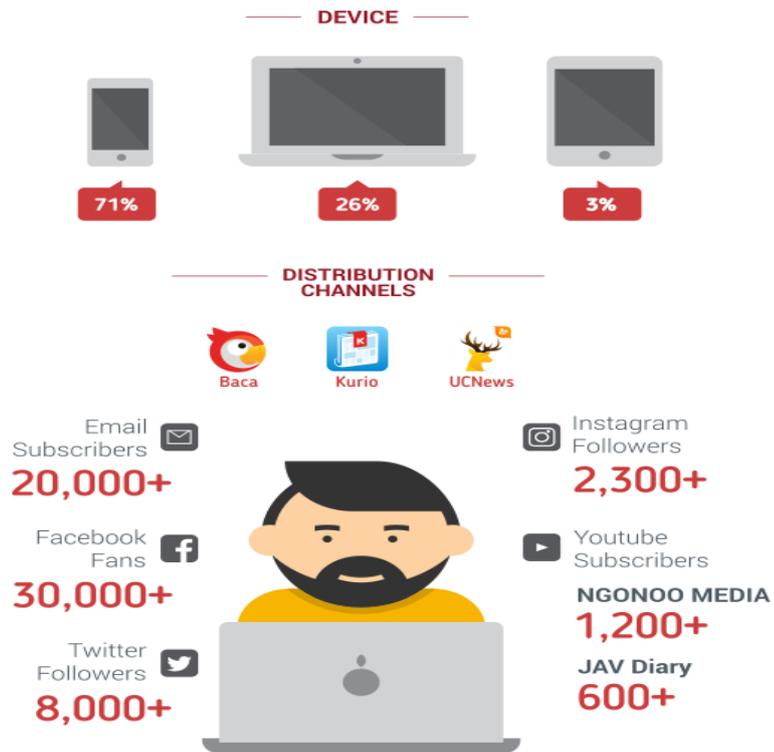
Beberapa wilayah memiliki cakupan minat yang terbatas. Data mungkin tidak tersedia untuk banyak nilai dari Kategori Afinitas, Segmen Dalam Pasar, dan Kategori Lainnya. Selain itu, Anda mungkin mendapati bahwa data yang tersedia untuk Segmen Dalam Pasar lebih sedikit dibandingkan untuk Kategori Afinitas dan Kategori Lainnya.

Gambar 26. Tools Google Analytics untuk memonitor demografi *user/viewer*.

Sumber : <https://www.google.com/analytics/>

Selain melakukan pemetaan demografi pengunjung, tim Ngonoo juga melakukan riset mengenai perilaku *user* sebagai *visitor*

Ngonoo.com. Hasil temuannya antara lain tentang media yang digunakan, baik itu hardware (*gadget*) maupun software (aplikasi



Gambar 27. Infografis identifikasi *user/viewer* Ngonoo.com
 Sumber : <https://ngonoo.com/ads/>

media sosial). Angka yang didapat belum bisa menggambarkan seutuhnya fenomena yang terjadi, namun semakin kesini didapati bahwa penggunaan *smartphone* selalu lebih besar ketimbang *gadget* lainnya. Hasil ini tentunya menjadi masukan dan data yang nantinya digunakan untuk menentukan strategi media Ngonoo.com untuk yang akan datang.

Penggunaan *smartphone* menempati urutan teratas dengan 71% dari *visitors* Ngonoo.com pada periode yang sama, disusul selanjutnya dengan penggunaan laptop maupun komputer yang mencapai 26%,

sisanya 3% menggunakan tablet/pad. Pertambahan secara signifikan terjadi pada penggunaan *gadget smartphone*, dimana semua orang hampir memilikinya, dan mengakses internet setiap waktu. Hasil ini pun mendorong agar konten Ngonoo bisa dinikmati untuk platform mobile, dengan cara mengatur halaman website agar ramah dengan tampilan layar 4 sampai 6 inch, serta mengisi konten beberapa channel distribusi berita.

Untuk *channel* distribusi sendiri merupakan perpanjangan dari konten asli yang ada di portal Ngonoo.com dengan materi yang sama namun ditampilkan pada media lain seperti media sosial, aplikasi mobile, maupun agregator berita. Ngonoo mempunyai saluran distribusi terbesar pada aplikasi mobile Baca dan Kurio, serta *agregator* berita UC News. Sering ditemukan artikel yang memang disadur dari portal Ngonoo.com dengan diberikan sumber rujukan berupa tautan ke halaman menuju portal Ngonoo, dimana berita tersebut terangkum. Hal semacam ini, selain membantu mendongkrak pengunjung, juga sama-sama menguntungkan dari berbagai pihak, dan sudah tidak asing lagi dengan pendistribusian informasi dengan cara seperti ini pada era yang serba terhubung antar media satu dengan media yang lain.

Media sosial adalah alat yang mampu mengubah keadaan di era ini. Ketika sebuah perusahaan mengorganisir dengan baik media sosial, maka *engage* yang diperoleh juga semakin baik. Selain berperan

sebagai sarana komunikasi dua arah, media sosial juga membantu membidik target market yang sudah ditetapkan. Ini karena pada media sosial sekarang ini, fitur tersebut sudah termasuk dalam penggunaan aplikasi terutama untuk versi yang berbayar. Tentunya dengan strategi yang tepat, penggunaan media sosial sekarang menjadi satu kekuatan yang tidak bisa disepelekan oleh perusahaan-perusahaan.

Ngonoo mempunyai akun media sosial populer *official*, yang artinya adalah akun tersebut resmi dibuat dan digunakan untuk menjalankan aktifitas perusahaan. Media sosial tersebut beberapa diantaranya adalah Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, serta *email subscribers*. Berikut adalah jumlah *user* yang mengikuti (*follow*) ataupun berlangganan (*subscribe*) media sosial Ngonoo.

Tabel 3 : Pengikut (*Subscriber*) media sosial Ngonoo.com

Media Sosial	Pengikut
Email	20.000
Twitter	8.000
Facebook	30.000
Instagram	2.300
Youtube Ngonoo	1.200
Youtube JAV (Jeng Ayu Vlog)	600

Sumber <https://ngonoo.com/ads>

3.1.7 Event dan Kegiatan

a. Ngonoo.com

Ngonoo.com mengadakan program berupa kontes *review blog* dengan tema “Misi Baik Hati 1.0”. Kontes ini dimulai 15 Maret 2012 dan akan berakhir di 30 April 2012. Program ini tidak hanya menawarkan banyak hadiah, namun lebih dari itu yang paling utama adalah mengumpulkan umpan balik atau respon dari *user* tentang website Ngonoo.com. Sayangnya dokumentasi mengenai misi baik hati 1.0 tidak bisa ditemukan, maka informasi yang didapat dari CEO Ngonoo.com Taufiq Hasan menjadi gambaran mengenai program tersebut. Berikut merupakan komentarnya :

“Strategi kontes blog review fungsinya buat menambah *exposure* (membahas Ngonoo.com pada media-media lain khususnya blog dan sosial media). Semuanya ada penghargaan bagi pemenang yang memang memenuhi kualifikasi yang telah kami tetapkan dalam mengadakan event tersebut.”

Terjadi efek domino dengan suksesnya “Misi Baik Hati 1.0”, yaitu terjaring banyak ulasan mengenai konten Ngonoo.com, informasi dan data. Data tersebut diperoleh dari umpan balik seperti kritik dan saran yang dapat menjadi pertimbangan pembaharuan Ngonoo.com kedepannya. Selain itu, terjadi peningkatan *exposure* Ngonoo.com di media sosial dan berpengaruh pada pencarian di mesin telusur. Terakhir, tidak menutup kemungkinan dengan dibagikannya *merchandise* eksklusif Ngonoo, maka brand semakin tertancap di kalangan *tech-enthusiast*.

Ngonoo.com memanfaatkan media sosial sebagai perluasan jaringan distribusi dengan mengadakan event “*Giveaway*”. Program ini dimaksudkan tidak hanya untuk menggaet *followers* media sosial saja. Bersamaan dengan itu tampilan dan konten Ngonoo.com diupdate sesuai dengan masukan *user* guna mengimbangi perkembangan dan persaingan media online. Jadi, dengan adanya momentum tersebut Ngonoo melakukan *rebranding*, agar menjadi lebih fokus ke *gadget* dan aplikasi. Hal ini tentu diputuskan dengan menilik banyak aspek, salah satunya adalah tingginya minat pembaca/*user* Ngonoo.com terhadap rubrikasi *gadget* dan aplikasi.

Mengenai sistematika *giveaway* yang dilakukan, beberapa *founder* mengusulkan strategi yang berbeda. Melalui permusyawarahan, akhirnya diputuskan menyelenggarakan dengan metode yang baru. Tanpa mengurangi esensi dan kesuksesan metode pertama, yaitu melakukan kontes blog review, Ngonoo.com memilih melaksanakan *giveaway* dengan membagikan *gadget* yang sebelumnya telah muncul di *review* produk.

Event *giveaway* tersebut rupanya menjadikan *traffic view* Ngonoo bagus, dan dikutip dari wawancara dengan Taufiq Hasan beliau menjelaskan :

”Dengan adanya program *giveaway* yang diadakan ini kami yakin peserta juga ambisius untuk menangan *gadget* yang kita bagikan. Kita menggunakan layanan kok itu namanya Glead.io, kita memberikan *requirement parameter* untuk memperkenalkan sosial

media kita. Persyaratannya ya misal dengan memfollow twitter, instagram, facebook, termasuk memberikan komentar dan share. Layanan gleam tersebut otomatis memfilter ribuan peserta yang memenuhi syarat, lalu mereka yang sudah ada di daftar memenuhi persyaratan di pilih lagi dengan cara kopyokan. Pada intinya event *giveaway* tersebut sosial media kita menjadi ramai.”

Perubahan yang terjadi akan memberi dampak, apakah itu meningkat maupun menurun. Penggunaan strategi yang tepat akan meningkatkan *awareness*, namun jika kurang tepat maka yang terjadi adalah sebaliknya. Dalam kasus ini, strategi Ngonoo.com dalam *rebranding* yang dilakukan saat melaksanakan “*giveaway*” ternyata direspon baik oleh khalayak. Peserta yang mengikuti melebihi ekspektasi awal, dan karena persyaratan mewajibkan untuk mengikuti media sosial resmi Ngonoo, maka jumlah pengikut media sosial meningkat secara signifikan. Penggunaan media sosial ini nantinya akan menjadi saluran distribusi yang tepat untuk *broadcast* informasi dan berita Ngonoo.com.

Tagline Ngonoo yang tadinya adalah “*belajar tak pernah semudah ini*”, dirubah menjadi “*situs anti kudet*”. Tujuan utama penggantian tagline supaya *user* mengetahui kalo ngonoo itu hal terkait teknologi dan *gadget*. Terkait keberhasilan event “*giveaway*”, ngonoo menuturkan akan melakukannya lagi namun tidak untuk waktu yang berdekatan. Karena untuk menyelenggarakan “*giveaway*” tentunya menguras tidak sedikit dana. Beruntung ngonoo mempunyai Maliome sebagai *shipfounder*, karena berkat

suntikan dana yang ada tim ngonoo dapat mengadakan event “*giveaway*”.

b. Ngonoo Media Network

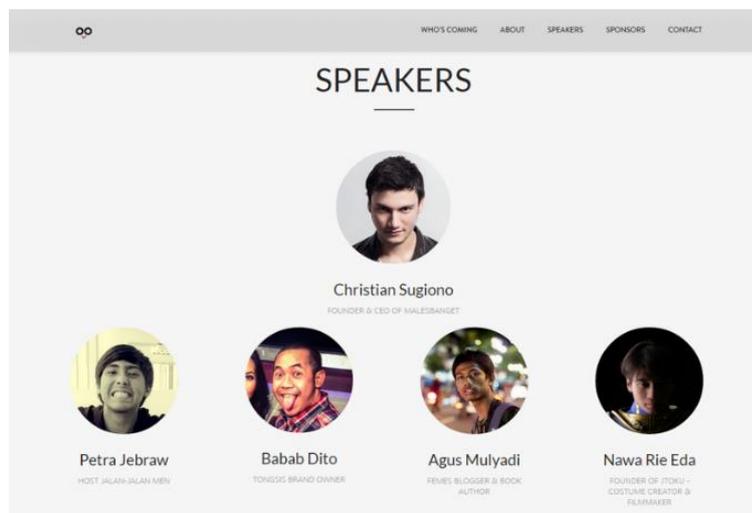
Pada tahun 2015 dengan adanya perubahan dan perkembangan yang terjadi, tanggung jawab tim Ngonoo Media Network untuk mengisi konten ngonoo.com semakin berkurang dan bukannya meringankan beban, datang beberapa tawaran untuk bekerja sama dengan klien diluar. *Founder* beserta tim inti Ngonoo disibukan dengan hal lain seperti menjadi pemateri industri kreatif, maupun bidang teknologi.

Tentu ini pertanda baik, dimana *founder* Ngonoo semakin dikenal mempunyai keahlian di bidang teknologi, hal ini dapat serta membangun *brand image* ngonoo.com sebagai portal teknologi dan *gadget*. Begitupula dengan fungsi dari tim marketing bisa maksimal demi mempertahankan eksistensi dan model bisnis sebagai *startup* media. Beberapa brand besar seperti Telkomsel dan HP (Hewlett Packard) memanfaatkan jasa Ngonoo dalam menyelenggarakan event di Yogyakarta.

Taufiq Hasan menjadi CEO Ngonoo menggantikan Nurudin Jauhari dalam restrukturasi yang dilakukan pada tahun 2015. Rebranding ngonoo.com ke portal informasi teknologi dan *gadget* tentunya sudah dipikirkan sebelum dilaksanakan. Mengingat hal tersebut juga bisa menyebabkan penurunan *traffic user*. Jika ini

terjadi, dipastikan pendapatan melalui iklan online berbanding lurus dengan penurunan traffic di portal. Maka dari itu tim marketing diarahkan untuk dapat menjalin kerja sama dengan produsen teknologi, baik itu secara offline maupun online.

Semakin melambungnya nama Ngonoo Media dengan segala aktivitas yang mulai padat, tidak mudah untuk mencari tambahan sumber daya. Tim harus memilih kandidat yang benar-benar ingin memajukan perusahaan. Ngonoo.com mencari karyawan yang mempunyai domisili di Yogyakarta, dan akan diposisikan untuk membantu pemasaran *offline*.



Gambar 28. Publikasi event CSS 2015 pada website official css summit.

(sumber : <http://cssummit.co/>)

Pada tahun 2015 ngonoo menggagas CSS (*Community & Society Summit 2015*). Debut event Ngonoo Media sendiri ini segera menjadi perhatian khalayak. CSS edisi pertama diselenggarakan di Grand Ballroom Eastparc Hotel Yogyakarta. CSS 2015 bertujuan untuk menjembatani dan memfasilitasi networking pelaku dunia

online, pegiat media sosial dan komunitas online di Yogyakarta khususnya dan Indonesia pada umumnya.

Ngonoo menggagas event CSS Summit karena selama ini belum ada wadah yang dinilai cukup memadai untuk mempertemukan para pelaku dunia online dan penggiat media sosial. Kedua profesi tersebut beraktivitas di dunia maya, namun jarang terjadi interaksi diluar permukaan layar *gadget*. Dari sinergi keduanya sebenarnya bisa membawa dampak ke arah terjadinya simbiosis. Indikator yang menjadi keberhasilan CSS 2015 adalah ketika tiket yang disediakan sudah soldout jauh sebelum acara dimulai. Visi CSS adalah meningkatkan networking penggiat dunia online, jadi tidak ada yang namanya mengejar keuntungan.



Gambar 29. (4 Foto) Kumpulan foto acara CSS (Community and Society Summit) 2015 di Eastparc Hotel.
(sumber : gallery event)

3.2 Analisis Data

3.2.1 Manajemen Redaksional

a. Perencanaan

Sebuah redaksi baik itu dalam media cetak, media penyiaran, maupun media online memerlukan manajemen yang baik dan jelas, dimana fungsi perencanaan menjadi salah satu kunci keberlangsungan seluruh proses. Perencanaan adalah dasar dari manajemen, segalanya dirancang disini tanpa terkecuali, mulai dengan merumuskan langkah menuju tujuan sampai bagaimana cara mencapainya.

Saat ini media online tumbuh berkembang semakin besar dan sudah memiliki kekuatan bisnis. Fenomena online sekarang ini sudah menjadi cara hidup manusia, bukan hanya milik pelaku media seperti wartawan dan jurnalis. Kekuatan informasi sebagai sesuatu yang pantas dihargai menjadikannya peluang bisnis. Di era yang serba terkoneksi, dukungan teknologi virtual semakin mengikis ruang dan waktu. Memulai bisnis dengan keharusan memiliki bangunan fisik sebagai kantor sudah tidak menjadi hambatan.

Sebagian media online yang ada, khususnya *startup* yang sedang berkembang memang masih belum mempunyai kantor fisik yang tetap. Kendala tersebut lantas tidak menyurutkan *startup* untuk beroperasi melalui *coworking space*. Banyak perusahaan rintisan dengan modal kecil yang berdiri menjadi media online dengan

harapan mendapatkan pendanaan. Bertahan dengan sumber daya terbatas adalah langkah perusahaan menuju *death valley*. Perusahaan rintisan dituntut mempunyai kekuatan yang menjadikannya pembeda.

Ngonoo.com merupakan salah satu media yang berdiri dengan keterbatasan dana. Pendirian media online ini pun dihasilkan dari semangat gotong royong sekelompok pegiat online yang mengatsanamakan diri sebagai komunitas CSS. Penggunaan ruang publik (umum) menjadi pilihan pada awalnya digunakan sebagai *workspace*. Selama sarana yang dibutuhkan untuk online terpenuhi, maka operasional dapat berjalan lancar.

Umumnya, media memiliki reporter/jurnalis/wartawan yang bertugas sebagai pencari berita maupun informasi yang berguna. Ngonoo.com hanya dijalankan oleh sekelompok pegiat online yang sudah mempunyai pengalaman dalam dunia internet marketing sebelumnya. Mereka mengupayakan kerja sama dan kolaborasi antar internet marketer dari berbagai macam peminatan, bersinergi menciptakan sesuatu yang memiliki nilai manfaat besar.

Aktualisasi ide-ide merupakan bagian dari perencanaan Ngonoo.com. Beberapa langkah krusial dirumuskan sebelum turut berkecimpung meramaikan ekosistem media online. Dalam kondisi seperti ini, diperlukan penyesuaian spesifikasi kebutuhan konten

Ngonoo.com dengan gaya menulis masing-masing *blogger* dan *internet marketer*.

Ngonoo.com memiliki kelebihan dibanding media online yang baru beridiri juga pada medio 2011. Sumber daya manusia menjadi pembeda, karena Ngonoo.com didirikan oleh orang-orang yang berpengalaman di dunia online. Keterikatan satu sama lain dalam mewujudkan visi misi perusahaan pun terbentuk solid. Ngonoo.com didirikan dengan dasar sebagai tempat berbagi ilmu, baik untuk komunitas maupun orang diluar komunitas yang tertarik. Semangat untuk saling berbagi dan belajar termaktub pada *tagline* yang dipilih “*belajar tidak pernah semudah ini*”.

Setelah penyesuaian penulis individu, Ngonoo.com menyusun langkah yang perlu dilakukan sebagai upaya membentuk brand portal informasi teknologi dan *gadget*. Hal ini sudah termasuk fungsi dari perencanaan yang ada dalam manajemen redaksi. Ada beberapa poin yang disetujui untuk dirumuskan bersama guna menemukan kesepakatan.:

1. Penyaringan anggota CSS yang mempunyai waktu luang serta penetapan tugas bersama (*content writer*).
2. Visi dan misi dibentuk agar menjadi motivasi tim seluruhnya, khususnya yang berkontribusi di Ngonoo.com.
3. Menentukan target berjangka (harian, mingguan, dan bulanan).

4. Fokus pada hasil yang ingin dicapai (kebermanfaatan Ngonoo.com), dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
5. Melengkapi aspek-aspek yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Sementara *budgeting*, pengeluaran Ngonoo.com dirancang seefisien mungkin, serta pemasukan mengandalkan iklan dan kerjasama.
6. Menyusun struktur tim, agar segala sesuatunya terkendali. Perumusan fungsi pengorganisasian dan penggerakan serta menentukan anggota yang diberi amanat sebagai penanggung jawab.
7. Komunikasi dapat terjadi kapanpun dan dimanapun, penggunaan teknologi komunikasi tidak dibatasi. Bahkan sosial media digunakan sebagai ruang berdiskusi. (*GroupChat*).
8. Tim Ngonoo.com membangun komitmen bersama untuk menjalankan apa yang telah ditentukan, meskipun tidak dalam format tertulis.

b. Pengorganisasian

Perusahaan rintisan mengutamakan roda bisnis berjalan menghasilkan pendapatan yang digunakan untuk menghidupi operasional. Bisnis model Ngonoo.com mengedepankan pemasukan dari iklan, baik itu online maupun iklan langsung. Konsekuensi yang

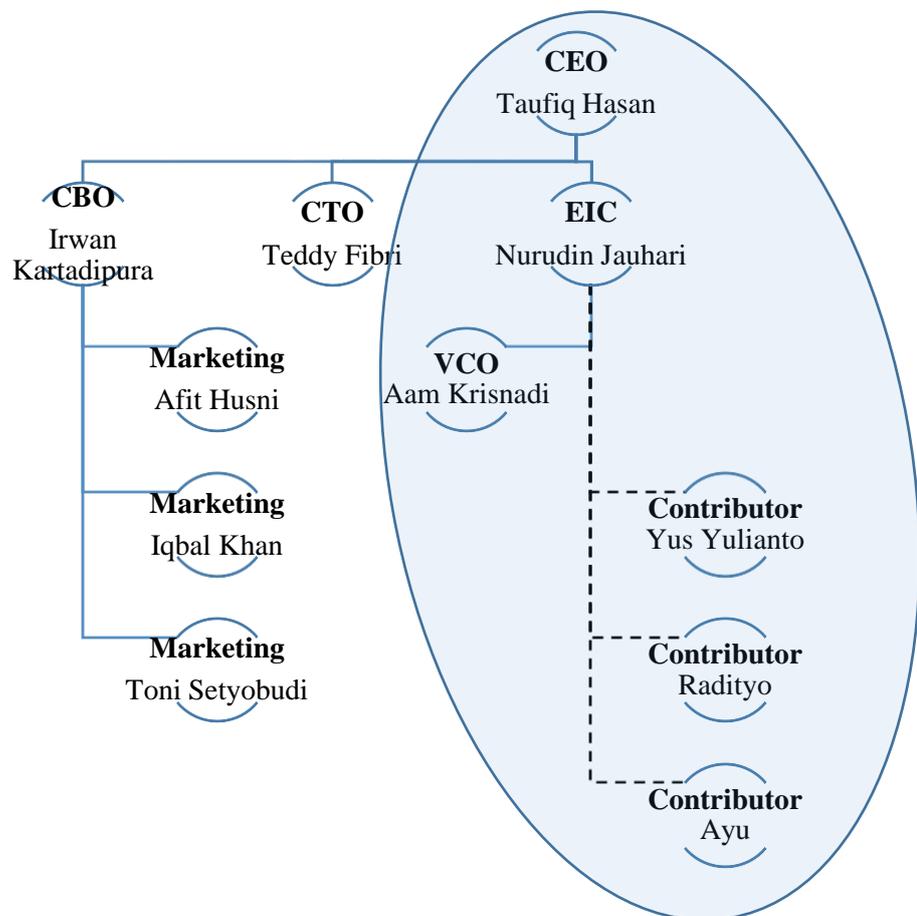
diterima Ngonoo.com adalah menghadirkan sajian informasi yang berkualitas sehingga memperoleh kepercayaan baik dari pembaca maupun pengiklan. Proses pendistribusian informasi dan pemberitaan dapat berlangsung lebih cepat dibanding media massa lainnya. Maka semakin efisien pengorganisasian sebuah media, semakin singkat waktu yang dapat diperlukan dalam pemrosesan informasi dan konten.

Walaupun terdapat didalamnya aspek operasional dan finansial, informasi dan konten merupakan subjek pokok media massa. Sehingga pada media massa, pengorganisasian manajemen redaksional diselenggarakan secara terstruktur dan sistematis. Aspek non redaksional dikelola secara profesional, agar neraca keuangan memiliki transparansi. Hal ini merupakan faktor pendukung minat investor melakukan suntikan dana.

Pengorganisasian posisi inti tim *startup* dilakukan dengan menunjuk orang yang dianggap mempunyai kompetensi sesuai. Pembagian posisi untuk mengisi pos dalam manajemen *startup* dilakukan secara bersama-sama. Meskipun tidak akan membedakan tugas antar satu dengan yang lainnya, namun keputusan ini diambil demi profesionalitas mereka untuk menjadikan Ngonoo.com sebagai salah satu *startup* media yang diperhitungkan di Yogyakarta.

Chief Executive Officer memiliki kewenangan paling tinggi dan bertanggung jawab atas kinerja dari operasional dan redaksional

perusahaan. CEO juga mempunyai akses secara langsung kepada bagian paling rinci dari setiap aspek. Pada aspek bagian finansial dan redaksional disupervisi oleh *Chief Business Officer* dan *Editor in Chief* yang mempunyai tugas melakukan koordinasi dan penilaian kepada posisi yang dipimpinnya.



Gambar 30. Susunan strktur organisasi *Startup* Ngonoo. Lingkaran biru adalah Tim Redaksi Ngonoo
sumber : interview

Bagian dengan lingkaran biru diatas merupakan struktur redaksional Ngonoo.com. Manajemen redaksional media online dengan sumber daya manusia terbatas dipastikan menerapkan sistem

rangkap jabatan. Sistem ini memungkinkan satu orang merangkap tugas dan tanggung jawab beberapa posisi/jabatan sekaligus.

1. *Editor in Chief* mempunyai fungsi sebagai redaktur pelaksana.

Tugas sebagai seorang redaktur pelaksana dalam melakukan koordinasi ke kontributor dirangkap dengan kemampuan koordinasi ke *Chief Executive Officer*. Tugas yang tidak kalah penting adalah penyuntingan naskah sebelum diunggah ke portal.

2. *Editor in Chief* mempunyai kemampuan *frontend developer*.

Kemampuan individu sebagai web developer membantu kinerja *Chief Technology officer* dalam merancang layout portal.

3. *Video Content Officer* merangkap sebagai wakil redaktur pelaksana.

Tugas yang diemban *Editor in Chief* kadangkala dirasa cukup merepotkan, sehingga dibutuhkan seseorang yang masih dalam satu koordinasi untuk menjadi asisten dan siap kapanpun mem-*backup* posisi.

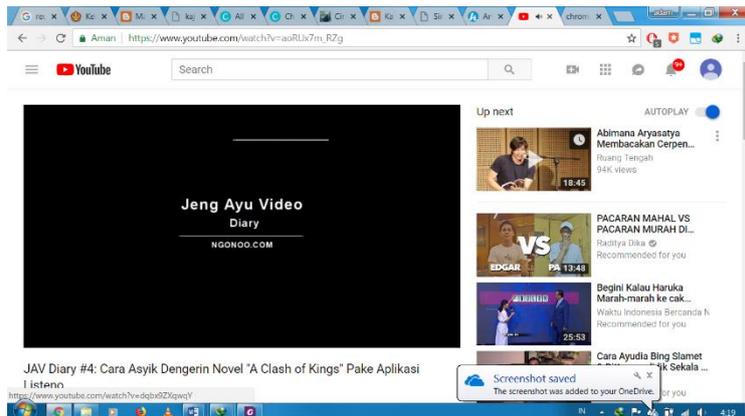
4. Kolaborasi *Video Content Officer* dengan tim dalam pembuatan konten media.

- Nurudin Jauhari dalam *unboxing gadget*.



Gambar 31. Unboxing Huawei Nexus
sumber : <https://www.vidio.com/watch/272715-unboxing-huawei-nexus-6p-ngonoo-com#>

- Noviana Ayu dalam Jeng Ayu Vlog/Video



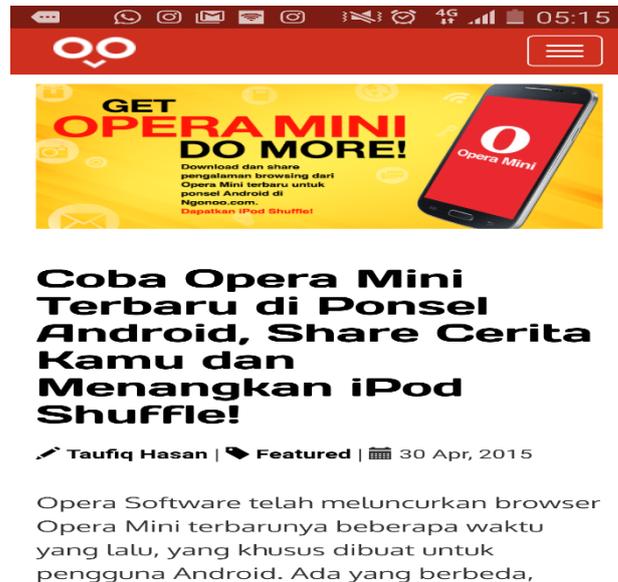
Gambar 32. Jav diary. Cara Asyik dengerin novel.
sumber : https://www.youtube.com/watch?v=aoRUx7m_RZg

5. Kontributor merangkap sebagai admin media sosial.

Noviana Ayu mempunyai *jobdesc* sebagai kontributor, *talent* konten media, dan merangkap sebagai admin sosial media Ngonoo.com. Admin mengunggah thumbnails dengan judul artikel terbaru, lalu diberikan link menuju halamn portal yang menuju ke artikel tersebut.

6. *Chief Executive Officer* bertugas mengisi konten advertorial.

Menjadi pucuk pimpinan sebuah perusahaan tidak menghentikan kerja redaksional *Chief Executive Officer* terhenti. Hal ini tentu saja dapat memacu seluruh tim dalam menjalankan tugas dengan benar. Selain itu, hal ini bertujuan menjaga produktifitas kontributor khususnya tetap optimal.



Gambar 33. Coba Opera Mini Terbaru di Ponsel Android, Share Cerita Kamu dan Menangkan iPod Shuffle!
sumber : <https://ngonoo.com/2015/04/121652/coba-opera-mini-terbaru-di-ponsel-android-share-cerita-kamu-dan-menangkan-ipod-shuffle/>

c. Penggerakan

CEO Ngonoo.com mengarahkan dan mempengaruhi tim *startup* untuk melaksanakan tugas sesuai dengan peran dan keahliannya. Dikarenakan tim Ngonoo.com sudah saling mengenal

sebelum *startup* berdiri, maka semakin mudah untuk menciptakan suasana yang menyenangkan untuk bekerjasama.

Tim secara umum saling mengarahkan untuk berperan aktif dalam menjalankan tugas, serta saling mengisi dan membantu. Sebagai contoh ketika CEO Ngonoo.com sementara waktu tidak bisa menjalankan perannya, maka digantikan orang lain yang dipilih tim yang bertugas mem-*backup*. Hal ini perlu dilakukan secara cepat dan tepat agar operasional berjalan tetap pada jalurnya. Hal ini pernah berlaku di Ngonoo.com saat Nurudin Jauhari yang kala itu menjabat sebagai CEO melaksanakan ibadah haji. Penunjukan pengganti sementara dilakukan oleh anggota tim yang lain, dan sepakat untuk memilih Taufiq Hasan sebagai *caretaker*, sebelum pada akhirnya ditetapkan menjadi CEO menggantikan Nurudin Jauhari yang perannya sangat dibutuhkan di bagian redaksional.

CEO tidak hanya mengarahkan supervisor, adapun juga tim dibawahnya masih terjalin komunikasi secara langsung. Contohnya adalah CEO tidak hanya memberikan arahan ke CBO untuk menugaskan kepada marketing untuk memulai sebuah program. *Meeting* dilakukan secara bersama dengan suasana yang santai, jika ada yang tidak tertinggal informasi maka akan dibagi oleh rekan tim mengenai hasilnya.

Dalam manajemen redaksional tim Ngonoo.com bebas menulis konten untuk rubrikasi yang telah ditentukan. Namun,

tulisan yang masuk ke redaksi diharapkan mempunyai nilai dan manfaat bagi pembaca. Hal ini bisa menjadi masalah walaupun penulis sudah mempunyai jam terbang tinggi dari pengalaman selama menggeluti dunia internet marketing. Oleh sebab itu, tim wajib meresapi visi dan misi Ngonoo.com dalam membentuk brand. Selain manfaat, poin penting dalam membuat tulisan di Ngonoo.com adalah keakuratan informasi, gaya bahasa, dan momentum.

Dalam menyerahkan draft konten, penulis tidak harus datang menemui EIC. Berkat teknologi sekarang ini, ruang redaksi bisa diakses menggunakan alat komunikasi *mobile*. Tak ayal, sering dijumpai orang yang menjalani kehidupan sebagai pengisi konten menghabiskan sebagian waktunya didepan monitor *netbook* dan *smartphone*.) Selain itu, dalam mengerjakannya pun tidak di kantor melainkan di area publik seperti *cafe*, *coworking space*, dan kampus.

Di dalam tim Ngonoo.com sendiri ada sebagian orang yang mempunyai pekerjaan utama selain dari internet marketing. Meskipun begitu, komitmen untuk Ngonoo.com tidak dikesampingkan walaupun sudah pasti frekuensi bertemu semakin kecil. Pertemuan yang mengharuskan semua anggota tim berkumpul diadakan setiap minggu, atau menunggu ada pemberitahuan sebelumnya. Sementara *meeting* yang wajib diikuti biasanya sebulan sekali.

Penulisan konten tentunya tidak dikerjakan secara asal. Bekal ilmu internet marketing menggunakan *search engine optimization* (SEO) pun diterapkan pada media online. Berbeda dengan media online kebanyakan yang tidak mengekspos secara spesifik. Strategi SEO dikerjakan secara mandiri saat masih mengandalkan kontributor internal. Namun, seketika dipasrahkan ke CEO dan EIC untuk menjalankan riset-riset terkait niche dan keyword

Karena konten Ngonoo berisikan berita maupun informasi seperti review dan tips & trik mengenai teknologi terkini, dengan begitu apa yang dipublish merupakan kondisi yang terkini (*up to date*). Meskipun informasi yang disuguhkan *up to date*, sifat konten tidak lekang oleh waktu (*timeless*) artinya artikel yang sudah dipublish bulan lalu masih bisa mendapatkan kunjungan sesuai dengan apa yang dicari *user* menggunakan kata kunci di penelusuran google.

Jika membandingkan berita yang ada di Ngonoo.com dan berita di media online pada umumnya, kabar berita dalam media online lain bersifat “cepat tayang, cepat turun” karena *rolling news* yang cepat, berita fresh cepat naik untuk menggantikan berita yang telah lebih dahulu tayang sementara Ngonoo.com memberikan shortcut untuk berita atau informasi yang tertumpuk postingan artikel.

User dapat menikmati membaca tiap informasi dalam satu rubrik, bahkan selama berita tersebut belum disunting dan masih tayang di portal. Selain informasi yang *up to date*, Ngonoo.com memberikan ulasan berupa review *gadget* yang akurat, karena bersumber dari agregator yang terpercaya dan menjadi rujukan portal teknologi lainnya.

Konten yang bisa diakses di dalam portal situs mempunyai peran krusial karena kebutuhan pembaca yang berbeda-beda. Secara umum para *user* atau pembaca media online dikategorikan dalam dua jenis. Pertama adalah *direct* yaitu langsung menuju alamat situs, dan yang kedua *indirect* atau diarahkan oleh *search engine* seperti google, yahoo atau bing untuk menelusuri sebuah kata kunci dari informasi yang dibutuhkan oleh *user*.

Up to date adalah sebuah aspek yang dikejar oleh media online, semakin terkini maka semakin dianggap bagus penilaiannya. Tetapi pihak google mempunyai algoritma yang mengharuskan kontennya memiliki keunikan tersendiri untuk paling tidak menjadi saran penelusuran pada halaman pertama. Konten atau isi media Ngonoo.com umumnya mengusung tema-tema unik tersendiri yang ditulis para kontributor, tanpa ada kekhawatiran apakah hal tersebut dianggap *update* atau tidak.

Dalam memproduksi konten yang bersifat *timeless* memerlukan pengalaman dan terutama "*insight*" seorang *content*

writer dimana bisa memprediksi hal yang akan menjadi tren. Penggunaan data riset dari software yang disediakan mesin pencarianpun bisa dilakukan untuk menentukan tema dan topik yang dirasa akan mengundang banyak *visitor*.

Selain *insight*, kemampuan komplit seorang jurnalis online tidak bisa dikatakan bagus ketika tidak mempunyai konsistensi. Walaupun jurnalis online merupakan pekerjaan yang bisa disandingkan dengan pekerjaan lain, tetapi harus mentaati peraturan seperti *deadline* dan *typografi* (pengetikan).

d. Pengawasan

Fungsi pengawasan di dalam manajemen Ngonoo.com memastikan pekerjaan dan tugas masing-masing bagian berjalan sesuai dengan visi, dan misi. Pengontrolan diberlakukan dalam setiap program kerja dan pelaksanaan peraturan kerja. CEO Ngonoo.com mempunyai hak dan kewajiban melakukan pengawasan menyeluruh terhadap semua bagian dalam tim *startup*.

Proses pengawasan dan pengontrolan semacam ini diperlukan untuk mengetahui penyimpangan-penyimpangan yang terjadi baik dalam tahap perencanaan, pelaksanaan maupun pengorganisasian. Hal ini memungkinkan Ngonoo.com mengantisipasi memburuknya kondisi dengan cara melakukan koreksi, dan penyesuaian-penyesuaian sesuai dengan situasi dan kondisi.

Seluruh tim Ngonoo.com melaksanakan pengawasan terhadap apa yang dirasa berjalan tidak sesuai ketentuan. Namun untuk menyelesaikannya tetap berasal dari ketetapan CEO. Lalu, berlanjut ke hak pengawasan supervisor seperti CBO dan EIC. Kedua jabatan ini mempunyai beberapa posisi anggota dibawahnya seperti marketing dan kontributor. CBO memonitor kestabilan neraca keuangan *startup*, serta kinerja marketing dalam menjalankan periklanan dan *partnership*. EIC memiliki kewenangan menyunting artikel sebelum diunggah ke portal.

Sementara untuk penanganan mengenai kontributor, bagian redaksional menyatukan peran CEO dan EIC di redaksi virtual. Segala macam urusan dibicarakan dalam group chat, seperti izin kerja dan keterlambatan kewajiban mengirim artikel. Dengan konsekuensi melakukan kesalahan diberikan sebuah peringatan. Selama ini tidak ada yang namanya hukuman pemecatan. Sama halnya dengan penghargaan, ini merupakan salah satu hal yang belum manajemen realisasikan guna memicu persaingan sehat antar karyawan.

Memiliki sumber daya manusia yang terbatas jumlahnya nyatanya tidak menjadi halangan Ngonoo.com dalam menjalankan *startup* media. Berbekal pengalaman menekuni dunia internet marketing dan teknik *copywriting* yang dimiliki seluruh anggota tim, tentu mereka tidak menemui kesulitan disaat awal perjalanan

Ngonoo.com. Seakan masing-masing individu berlomba menjadi kontributor yang paling berpengaruh untuk Ngonoo.com, berbagai macam informasi umum menjadi pilihan.

Visi yang telah disepakati oleh tim Ngonoo adalah menjadi portal informasi teknologi dan *gadget*. Kisah “Mashable” menjadi *startup* media online terkemuka yang bisa meraup keuntungan hingga 600 ribu dolar setiap bulannya menjadi dasar acuan meraih kesuksesan Ngonoo.com. Mashable merupakan portal khusus membahas topik tentang teknologi, bisnis, media sosial, dan *lifestyle*. Sampai sekarang, mashable masih menjadi referensi beberapa orang mencari informasi terbaru yang terjadi di berbagai belahan dunia.

Ngonoo.com terus memproduksi artikel dan informasi yang bermanfaat bagi khalayak sampai menembus ribuan post. Traffic pun terus mendekati dengan apa yang diharapkan. Sampai pada akhirnya Ngonoo.com mempunyai bermacam-macam rubrikasi konten. Kondisi ini merupakan sebuah keuntungan dari anggota tim yang tak lain adalah para blogger dan internet marketing yang berpengalaman. Namun, dibalik itu ada beberapa kekhawatiran dari penggagas ide Ngonoo.com

Pada tahun 2015 banyak *startup* dan *blogger* mulai berguguran karena alasan hasil yang diinginkan tidak dapat direalisasi. Menyikapi hal ini, Ngonoo.com melakukan upaya yang tidak sedikit untuk dapat bertahan. Penanaman pola pikir yang sudah dilekatkan

pada masing-masing anggota tim perlu diluruskan. Seolah berjalan tanpa visi yang jelas, aktivitas Ngonoo.com masih bisa berlanjut namun dengan pencapaian yang meleset dari harapan.

Media online yang berdiri tahun 2011 ini masih bisa bertahan disaat tingginya persaingan dalam media online seperti sekarang. Bahkan portal Ngonoo mempunyai total post lebih dari 9000, dan sekarang menuju 10000 post. Hal yang jarang ditemui untuk portal web atau blog berbahasa Indonesia (<http://www.maniakmenulis.com/2018/01/kereennn-blog-indonesia-ini-punya-lebih.html#.WqiRI283I0Y.facebook>).

Selama dalam kurun waktu 2011 sampai 2014, Ngonoo terus melakukan beberapa pengembangan serta perubahan. Sebagai contoh ditambahkannya rubrikasi olahraga, hiburan dan otomotif. Dengan rubrikasi yang beragam maka akan terjaring lebih banyak didapatkan pula kunjungan *user*. Secara matematis maka akan menghasilkan pendapatan lebih, daripada portal yang diisi sedikit rubrikasi. Bila dilihat dalam sudut pandang internet marketing perubahan tersebut memang memberikan keuntungan dari segi finansial. Namun tidak berdampak positif pada misi branding Ngonoo sebagai portal informasi aplikasi dan *gadget*.

Selain tema dan rubrikasi yang berganti total pada tahun 2015, susunan tim terutama redaksi mutlak dibutuhkan. Keberadaan tim redaksi dapat mengurangi beban tim inti *startup* yang menjalankan

aktivitas media. Proses pencarian karyawan baru yang di plot mengisi bagian redaksi sebagai kontributor pun dilakukan. Tim redaksi Ngonoo sejatinya adalah penulis online (kontributor) yang mempunyai kewajiban menyusun artikel dengan tema teknologi.

Peraturan yang ada di Ngonoo tidak seperti di kantor media konvensional. Kehadiran kontributor di kantor tidak diutamakan, namun bagi yang sanggup maka tidak ada salahnya jika dilakukan. Satu hal yang pasti, dalam satu hari kontributor wajib menyetorkan hasil tulisan. Untuk jumlah artikel yang wajib disetor CEO dan EIC sepakat membuat kebijakan setidaknya 5 artikel. Ketika ada yang berhalangan untuk mengerjakan, boleh menggantinya di hari berikutnya dengan jumlah dua kali lipat.

Ketiga jurnalis online ini merupakan aset Ngonoo, jadi mereka juga patut mendapatkan hak sebagaimana karyawan kantoran. Mengenai pengambilan cuti misalnya, mereka dapat mengkomunikasikannya langsung kepada supervisor, maupun pimpinan tertinggi. Sebagai contoh, di tahun 2017 Noviana Ayu mendapatkan cuti selama setengah tahun. Manajemen Ngonoo.com melihat adanya kebutuhan untuk memberikan waktu bagi Ayu, yang kala itu melepas masa lajang. Ketika Ngonoo.com memprioritaskan hak karyawannya, maka karyawan juga akan memprioritaskan pekerjaannya.

Kinerja tim untuk mendukung aktifitas media online dinilai saat diadakannya *meeting*. *Meeting* tim Ngonoo.com bisa diadakan dimana saja dengan didahului pemberitahuan sebelumnya. Rapat yang diadakan secara santai kebanyakan membahas mengenai perkembangan situasi dan kondisi terkini. Pengumpulan data baru sebagai dasar pengambilan strategi kedepannya. Agenda *meeting* ini juga digunakan untuk menilai kinerja masing-masing posisi *startup*, sehingga terkumpul laporan dari berbagai pos. Agenda *meeting* ini mempunyai sifat wajib dihadiri oleh tim Ngonoo.com.

Proses kinerja dinilai dari komunikasi antar karyawan. Apabila terjadi kendala di dalam suatu proses kerja, maka sudah menjadi keharusan untuk menghubungi penanggung jawab atau pihak yang berwenang mengatasi hal tersebut. Disampaikan atau tidak, proses akan terhambat dan bisa mengakibatkan tertundanya mekanisme kerja atau bahkan bisa terhenti jika tidak segera ditangani.

Kinerja dan penilaian karyawan dan tim Ngonoo.com akan dievaluasi oleh CEO. Namun khusus untuk tim sendiri, penghargaan dan hukuman jarang terjadi. Hal ini karena masing-masing mempunyai tugas yang bervariasi, jadi pengukuran mengenai pantas atau tidaknya penghargaan atau hukuman diberikan itu tidak dapat ditetapkan.

3.2.2 Penerapan strategi *startup* oleh Ngonoo.com.

Prinsip *lean startup* ditemukan di setiap aktivitas Ngonoo.com. Mulai dari peran seluruh tim *startup* yang mempunyai tanggung jawab sama, yaitu melakukan usaha sesuai keahlian masing-masing untuk mencapai visi misi Ngonoo.com. Sama halnya dengan prinsip *lean startup* yaitu wirausahawan berada dimana pun, baik pendiri perusahaan baru maupun karyawan di suatu perusahaan.

Dalam buku Eric Ries (*Lean Statup* : 2011), *Lean startup* menggunakan *unit control progress* yang dikenal dengan nama *validated learning* yaitu proses riset untuk mengumpulkan data yang relevan untuk menakar suatu prospek bisnis *startup*. Studi kasus di Ngonoo.com, pendekatan ini mencoba mempelajari target market untuk menentukan arah bisnis. Setelah ditemukan konten yang sesuai dengan target market, perlu dilakukan uji coba secara rutin mengembangkan konten. Pentingnya mempelajari proses pengembangan karena disini dapat ditemukan konten yang berpotensi untuk viral dan juga konten yang kurang peminat.

a. *Validated learning*.

Proses ini sangat baik dalam membantu *startup* menghindari fitur-fitur yang tidak diinginkan atau dibutuhkan target market. Pada intinya adalah bahwa dengan terus memvalidasi apa yang penting dan dibutuhkan pelanggan, maka *startup* akan lebih mungkin untuk

bertahan. Bahkan *scale up* lebih mengglobal, dan pada akhirnya berpengaruh ke keuntungan pendapatan (*profit*).

Perkembangan teknologi yang mengalami kemajuan pesat memberikan dampak terhadap perubahan kebutuhan sumber daya manusia. Dalam kasus ini adalah kompetensi kontributor atau penulis sebagai karyawan media online. Penguasaan teknologi modern menjadi sebuah keharusan, karena yang dilakukan dalam pekerjaan media online seluruhnya bergantung pada penggunaan teknologi. Mulai dari pencarian referensi, analisis data, penulisan dan pealporan dalam melakukan kegiatan redaksional semua menggunakan perangkat terkomputerisasi. Pada saat ini, kegiatan tersebut pun bisa terpenuhi dengan hanya menggunakan *gadget* yang terhubung dengan internet.

Kontributor media online sering dikenal dengan istilah jurnalis online. Maka pernyataan tersebut tidaklah mengherankan, karena para penulis konten ini hampir pasti menghabiskan banyak waktu dengan berselancar di dunia maya. Dengan segala macam sumber yang berasal dari internet, seorang penulis konten online perlu mengetahui secara pasti teknik copywriting. Teknik ini memang sederhana, cukup hanya melakukan produksi ulang berita (menulis ulang, meng-edit ulang), tanpa perlu melakukan reportase dan pembuktian fakta di dunia nyata.

2014 menjadi tahun yang sibuk bagi *startup* media ini. Posisi redaksional dihadirkan dengan harapan agar *startup* bisa *scale up* ke tingkatan yang lebih baik dari segi keprofesionalan dan *profitable*. Ngonoo melakukan rekrutmen kontributor dengan cara memasang iklan lowongan pekerjaan melalui sosial media Facebook dan forum kaskus. Ketentuan yang dibuat ngonoo untuk calon kontributor adalah membuat konten online dengan cara menulis artikel. *Jobdesc* ini bersifat freelance dan bisa dikerjakan dimanapun dan kapanpun (*remote*).

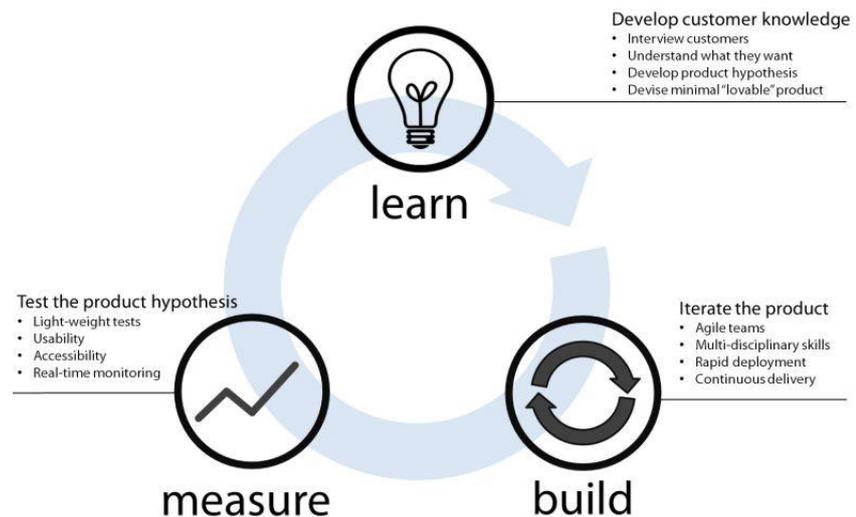
Ruang redaksi virtual menjadi tempat untuk mengakomodasi semua aktivitas redaksi ngonoo.com. Setiap kontributor ngonoo.com diwajibkan mempunyai facebook agar tetap terhubung sesama jurnalis online melalui grup facebook messenger. CEO dan EIC dapat secara langsung mengarahkan kontributor dalam pelaksanaan tugasnya mengisi artikel. Untuk bagian ini dibuatkan satu grup chat menggunakan media sosial sebagai ruang redaksi virtual Ngonoo.com. Dalam grup chat ini diisi oleh CEO, EIC, serta para kontributor aktif.

EIC, CEO dan kontributor menggunakan sarana *facebook messenger* sebagai alat komunikasi utama, selain dari penggunaan perangkat seluler mereka. Pembahasan mengenai hal terkait aktivitas redaksional lebih banyak dilakukan di *groups facebook messenger*. Sedangkan media komunikasi telpon dan aplikasi chat

lain digunakan untuk saluran pribadi antara mereka jika ada hal yang harus disampaikan secara individu.

Penggunaan *facebook messenger* terbilang efektif, karena mampu menampung partisipan untuk sharing berbagai macam media. Kompabilitasnya pun dengan menggunakan laptop akan terasa lebih baik dibanding menggunakan *smartphone*. Kenyataannya para kontributor pun memang sewaktu menulis artikel frekuensinya lebih sering memakai laptop dibanding dengan *smartphone*.

b. *Build-measure-learn*

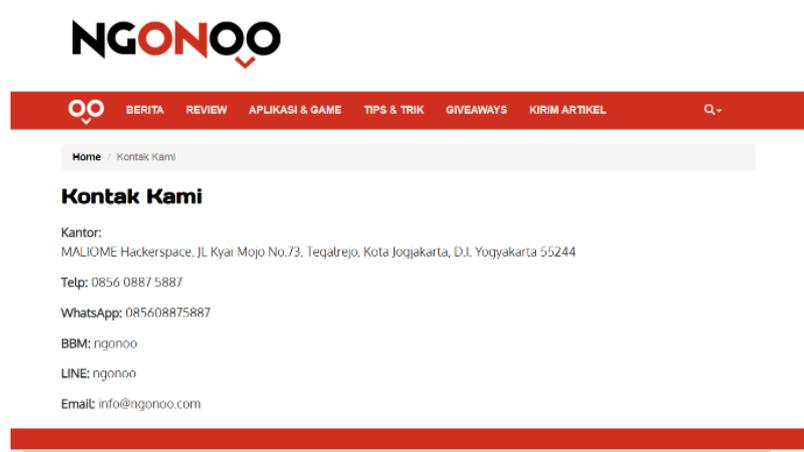


Gambar 34. *Build-measure-learn*
sumber : <https://id.techinasia.com/talk/lean-startup-jadi-cara-hidup-entrepreneur>

Bila *validated learning* menitik beratkan pada pengguna atau *user*, maka *build-measure-learn* lebih condong ke pengembangan produk. *Lean startup* merupakan suatu praktik untuk mengembangkan produk dan bisnis berdasarkan *validated learning*, yakni mendapat feedback dari *user*, calon *user*, dan pihak terkait

lainnya tentang konten yang dibuat. Aktivitas *build-measure-learn* merupakan langkah krusial bagi setiap *startup*, karena disinilah proses merealisasikan ide bisnis, mengukur respon pelanggan, dan mempelajari apakah perlu diubah atau dipertahankan. Tahap ini akan terus berulang di setiap siklusnya diawali dengan proses pengembangan produk, lalu melakukan pengukuran data mengenai respon *user* terhadap produk. Proses ini dilakukan secara cepat untuk menghasilkan pembaharuan dan penyempurnaan produk.

Dari *lean startup* tersebut akan ditemukan kesimpulan yang bisa dipelajari *founder* untuk mengambil keputusan *persevere* atau *pivot*. *Persevere* adalah melanjutkan proses pengembangan dengan strategi atau produk yang sama, sedangkan *pivot* adalah melakukan perubahan atau mengganti sebagian atau seluruh strategi atau produk. *Startup* merupakan perusahaan yang terus melakukan kemajuan dan pemutakhiran produk.



Gambar 35. Kontak yang disediakan untuk memudahkan *user* dalam menghubungi Ngonoo.com
sumber : <https://ngonoo.com/kontak-kami/>

Build-measure-learn ini bisa dilakukan Ngonoo.com dengan cara memperoleh informasi dari *user* terkait tingkat minat mereka pada rubrikasi tertentu. Untuk informasi secara langsung, Ngonoo.com menyediakan kontak yang dapat ditujukan ke alamat, nomor telp, atau media sosial. Informasi lengkapnya dapat dilihat pada halaman <https://ngonoo.com/kontak-kami/>. Selain itu, penggunaan *tools* statistik dalam fitur wordpress memungkinkan diketahuinya jumlah traffic per atikel.

Rubrikasi menjadi komponen yang rentan berubah, sebab dalam prakteknya pemilihan rubrikasi mempengaruhi *traffic viewers* maupun *visitor*. Selain rubrikasi, layout portal web pun bisa mengalami perubahan. Tidak sesering pengurangan atau penambahan rubrikasi, layout sangat bergantung pada hasil riset mengenai demografi *visitor* Ngonoo.com. Selain karena faktor *user*, layout akan diupdate jika ada pembaharuan dari fitur-fitur web itu sendiri. Hal ini dilakukan semata untuk kenyamanan *user*, dan memberikan respon atas *feedback* yang Ngonoo.com terima.

- Rubrikasi.

Tabel 4 : Rubrikasi Ngonoo.com tahun 2011 - 2014

No	Rubrikasi	Alamat url
1	Media Sosial	https://ngonoo.com/category/sosial-media/
2	Teknologi	https://ngonoo.com/category/teknologi/

3	Hiburan	https://ngonoo.com/category/hiburan/
4	Tip dan Trik	https://ngonoo.com/category/tip-trik/
5	Featured	https://ngonoo.com/category/featured/
6	Berita	https://ngonoo.com/category/berita/

Sumber : wawancara

Tabel 5 : Rubrikasi Ngonoo tahun 2015 - 2016

No	Rubrikasi	Alamat url
1	Media Sosial	https://ngonoo.com/category/sosial-media/
2	Teknologi	https://ngonoo.com/category/teknologi/
3	Hiburan	https://ngonoo.com/category/hiburan/
4	Tip dan Trik	https://ngonoo.com/category/tip-trik/
5	Featured	https://ngonoo.com/category/featured/
6	Berita	https://ngonoo.com/category/berita/
7	<i>Devices</i>	https://ngonoo.com/category/devices/
8	Android	https://ngonoo.com/category/android/
9	Aplikasi	https://ngonoo.com/category/aplikasi/
10	Windows	https://ngonoo.com/category/windows-tip-trik/
11	Mac.OS	https://ngonoo.com/category/mac-os-tip-trik/
12	IOS	https://ngonoo.com/category/ios/
13	Reviews	https://ngonoo.com/category/ulasan/
14	<i>Giveaways</i>	https://ngonoo.com/category/giveaways/
15	Infografis	https://ngonoo.com/category/infografis/

16	Sabit	https://ngonoo.com/category/sabit/
17	Buzz	https://ngonoo.com/category/buzz/
18	Selingan	https://ngonoo.com/category/selingan/
19	Arsip	https://ngonoo.com/category/arsip/

Sumber : <http://ngonoo.com>

- Layout Portal.
 - Tampilan Portal Ngonoo.com 2011 – 2014.

Mengunggulkan aspek visual, Ngonoo.com berimprovisasi dengan menambahkan *thumbnails* untuk setiap post baru di dalam tampilan home. Salah satu pembeda Ngonoo.com dengan portal media lain adalah adanya rekap minggu ini (weekly). Rekap minggu ini berisi berita maupun tips yang sedang diminati *user*. Fitur ini sangat membantu *user* yang tidak ingin membuang waktu dengan menelusuri halaman per halaman. Dengan fitur ini juga, tidak perlu ditakutkan lagi jika ada artikel terlewat karena tiap minggunya di review kembali. Review ditulis setiap hari minggu disertai juga “quote of the week”.

Tabel 6 : Layout Ngonoo.com pada bagian Top Menu

Layout	Top Menu
	
<p>Deskripsi</p>	<p>Pada bagian ini terdapat tombol (dari kiri ke kanan) serta aksi setelah dilakukan “klik” atau pilih :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Home</i>, akan membawa kembali pengguna ke halaman utama (beranda). 2. Tentang Ngonoo, menuju ke halaman sekilas tentang apa itu Ngonoo. 3. Kontak Ngonoo, merupakan halaman kontak yang dapat dimanfaatkan untuk berkomunikasi melalui email dengan redaksi Ngonoo. 4. <i>Sitemap</i>, halaman arsip yang berisi tulisan-tulisan yang pernah dipublikasikan oleh kontributor Ngonoo 5. Tulisan <i>tagline</i> Ngonoo. “<i>Informasi Sosial Media dan Tips Trik Online</i>”. Berfungsi sebagai <i>branding</i> Ngonoo, dan tidak menuju ke link lain. 6. Tombol tautan ke media sosial Facebook dan Twitter. Jika sudah login media sosial, maka otomatis mengikuti facebook dan twitter.

	<p>7. Logo Ngonoo besar sebagai <i>Head</i> (judul), dimana anda sedang berinternet.</p> <p>8. <i>Banner</i> (ditujukan untuk <i>advertiser</i>). Nantinya mengarahkan ke tautan resmi pemasang iklan.</p>
--	--

Tabel 7 : Layout Ngonoo.com pada bagian Main Menu

Layout	Navigation Bar and <i>Content</i>
	
Deskripsi	<p>Dibawah <i>layout Top Menu, Navigation Bar</i> dan tampilan konten dengan dibubuhkan ilustrasi yang mendukung artikel. <i>User</i> dengan mudah memilih berita atau informasi apapun melalui halaman utama Ngonoo.com.</p> <p>Dirancang untuk memberikan kemudahan kepada para pembaca. Menggunakan <i>slide</i> dan <i>column fitured</i>, yaitu tampilan postingan terbaru</p>

	<p>melalui kolom-kolom dengan menampilkan gambar dan sedikit ulasan mengenai postingan. Selain memberikan info postingan terbaru, <i>fitur</i> yang dinamakan <i>featured post slide</i> ini juga memberikan kesan indah pada <i>homepage</i> website Ngonoo.com. Jadi halaman utama tidak terlihat diam, tetapi terlihat lebih dinamis dan tetap memberikan informasi. <i>Featured Post Slide</i> ini memberikan 4 info mengenai postingan terbaru di Ngonoo.com.</p> <p>Sementara <i>Navigation Bar</i> yang terletak diantara <i>Top Menu</i> dan <i>Content</i>, memiliki sifat yang tidak <i>general</i> (tulisan/artikel sudah dikategorikan dalam <i>sub menu</i>). Berikut menu serta penjelasan yang ada di <i>Navigasi Bar</i> :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Sosial Media. <p>Menu ini berisi berbagai informasi menarik seputar berbagai media sosial (Facebook, Pinterest, Foursquare, Twitter dan Youtube). Informasi yang ada disini dapat menambah wawasan <i>user</i> dan menjadi referensi pengguna media sosial.</p>
--	---

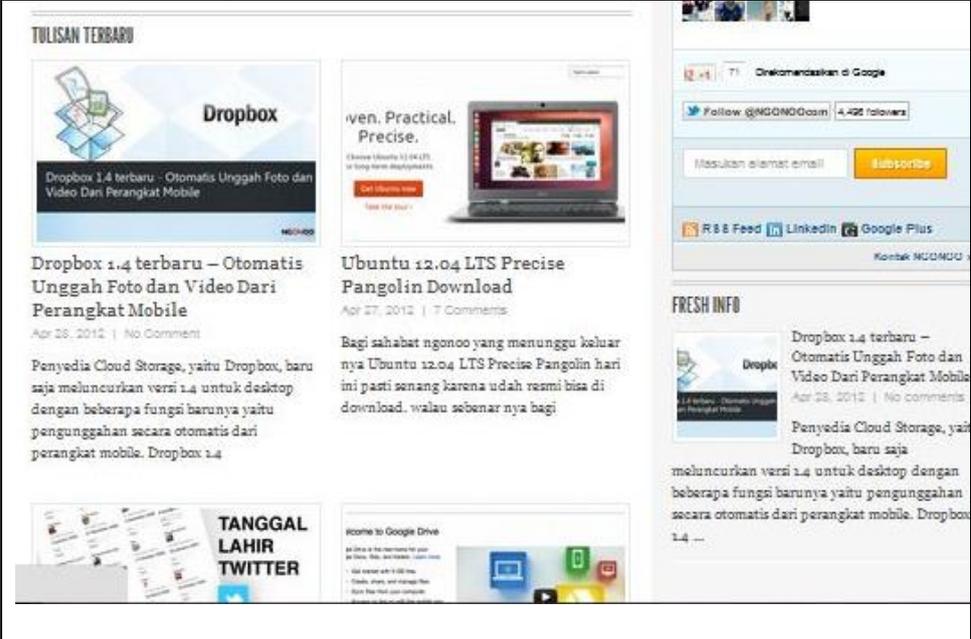
	<p>Contoh artikel yang ada di menu ini adalah “Cara Menutup Akun Pengguna Facebook yang sudah Meninggal”.</p> <p>2. Tekno dan <i>Gadget</i>.</p> <p>Dengan bermacam-macam variasi <i>gadget</i> yang beredar pada saat itu, <i>user</i> akan lebih selektif dalam menentukan pilihan. Informasi mengenai teknologi dan hal yang dapat dilakukan pada <i>gadget user</i> menjadi fokus menu ini.</p> <p>Salah satu contoh artikel pada menu ini berjudul “Mengubah Tampilan Android Menjadi seperti Iphone”.</p> <p>3. Hiburan Hobi</p> <p>Menu ini menyajikan konten yang ringan, seperti <i>review</i> maupun lucu-lucuan mengenai permainan atau kejadian. Fungsi menu ini tak lain adalah untuk mereshfresh pikiran dari jenuhnya aktivitas.</p> <p>Didalam menu ini ada beberapa artikel mengenai Film, Fotografi, Game, Musik, Otomotif, Olahraga, dan TV. Contoh postingan artikel ini disertai video</p>
--	---

	<p>dengan judul “[Video] Game Bola FIFA Ngaco, Kiper Julio Cesar 'ML' di Lapangan”.</p> <p>4. <i>Blogging</i></p> <p>Dalam menu ini <i>user</i> akan mendapatkan informasi seputar dunia blogging dari berbagai platform seperti Blogger, Tumblr, Wordpress, dan sebagainya. Seperti yang diketahui, blog merupakan salah satu media yang dapat mengembangkan kemampuan dan gagasan seseorang melalui tulisan.</p> <p>Banyak informasi yang dimuat untuk <i>user</i> memaksimalkan media <i>blogging</i> disini seperti salah satu artikelnya yang berjudul “Cara custom domain di Blogspot”.</p> <p>5. Tips dan Trik</p> <p>Tips dan Trik membahas seputar tips dan trik dalam memanfaatkan sosial media dan <i>gadget</i> yang mungkin kadang <i>user</i> tak menyadarinya. Artikel didalamnya berusaha untuk membantu <i>user</i> menyiasati keadaan yang terjadi pada permasalahan.</p>
--	---

	<p>Jika memang artikel mengenai <i>gadget</i> tidak berada pada menu Tekno dan <i>Gadget</i>, maka artikel yang dicari berada disini. Contoh artikelnya seperti ini “Cara Backup atau Menyimpan Foto Instagram ke Komputer”</p> <p>6. Foto & Video</p> <p>Menu ini berisi informasi-informasi penting yang disajikan dengan bentuk media berupa foto maupun video. Informasi-informasi menu ini masih membahas mengenai teknologi dan <i>gadget</i> tentunya.</p> <p>Salah satunya yaitu yang sering dipertanyakan oleh kebanyakan <i>user</i> yaitu perbandingan Android Vs iOS - Kelebihan dan Kekurangannya. Salah satu contoh adalah video berjudul “Android Vs iOS - Kelebihan dan Kekurangannya” .</p> <p>7. Umum</p> <p>Berisi informasi-informasi umum seputar dunia online dan teknologi. Salah</p>
--	--

	<p>satu contoh artikelnnya yaitu “Gmail for Pokki Alternatif Gmail Desktop”</p> <p>8. Berita</p> <p>Berisi perkembangan terbaru berita jagat internet. Salah satu contohnya yaitu berita tentang pengambil alihan Instagram oleh Facebook yang ternyata mencapai jumlah yang fantastis, satu miliar dolar.</p> <p><i>Sidebar</i> pada bagian kanan portal berfungsi menunjukan tautan ke media sosial Ngonoo, seperti Twitter, G+, dan Facebook sama seperti yang dijumpai di top menu. Terdapat penambahan pada RSS Feed untuk berlangganan <i>updatean</i> Ngonoo, yaitu akan muncul notifikasi berupa pesan untuk setiap penambahan yang ada di Ngonoo pada email yang berlangganan. Fungsi <i>search keyword</i> tidak lupa disisipkan disini untuk mencari hal yang lebih konkrit di portal Ngonoo.</p>
--	--

Tabel 8 : Layout Ngonoo.com pada bagian Body

Layout	Content
	<p>TULISAN TERBARU</p> <p>Dropbox Dropbox 1.4 terbaru - Otomatis Unggah Foto dan Video Dari Perangkat Mobile</p> <p>Dropbox 1.4 terbaru – Otomatis Unggah Foto dan Video Dari Perangkat Mobile Apr 28, 2012 No Comment</p> <p>Penyedia Cloud Storage, yaitu Dropbox, baru saja meluncurkan versi 1.4 untuk desktop dengan beberapa fungsi barunya yaitu pengunggahan secara otomatis dari perangkat mobile. Dropbox 1.4</p> <p>Ubuntu 12.04 LTS Precise Pangolin Download Apr 27, 2012 7 Comments</p> <p>Bagi sahabat ngonoo yang menunggu keluar nya Ubuntu 12.04 LTS Precise Pangolin hari ini pasti senang karena udah resmi bisa di download, walau sebenarnya bagi</p> <p>TANGGAL LAHIR TWITTER</p> <p>come to Google Drive</p> <p>FRESH INFO</p> <p>Dropbox 1.4 terbaru – Otomatis Unggah Foto dan Video Dari Perangkat Mobile Apr 28, 2012 No comments</p> <p>Penyedia Cloud Storage, yaitu Dropbox, baru saja meluncurkan versi 1.4 untuk desktop dengan beberapa fungsi barunya yaitu pengunggahan secara otomatis dari perangkat mobile. Dropbox 1.4</p>
<p>Deskripsi</p>	<p><i>Content</i> pada halaman Ngonoo menampilkan beberapa kalimat awal, disertai thumbnails visual yang mendukung informasi atau berita tersebut. Dengan judul berukuran bold, lalu dibawahnya ada keterangan waktu perilsan artikel tersebut.</p>

- Tampilan Portal Ngonoo.com 2015 - sekarang.

Homepage Ngonoo tahun 2015 menjadi pemutakhiran yang dilakukan tim, dan selama ini masih tetap digunakan. Setiap kali ada perubahan, maka akan disesuaikan ke tema terbaru Ngonoo.com. Sebagai

contoh adalah ketika gencar melakukan *giveaways* untuk misi rebranding pada tahun 2015.

Branding Ngonoo menjadi portal informasi teknologi dan *gadget*, maka untuk rubrikasi yang tidak ada kaitannya dengan teknologi maupun *gadget* akan dihilangkan dari tampilan tema *homepage* Ngonoo.com. Imbasnya adalah ke rubrikasi olahraga, sepak bola, otomotif, dan beberapa rubrikasi semisal hiburan (entertainment) dan sabit serta selingan.

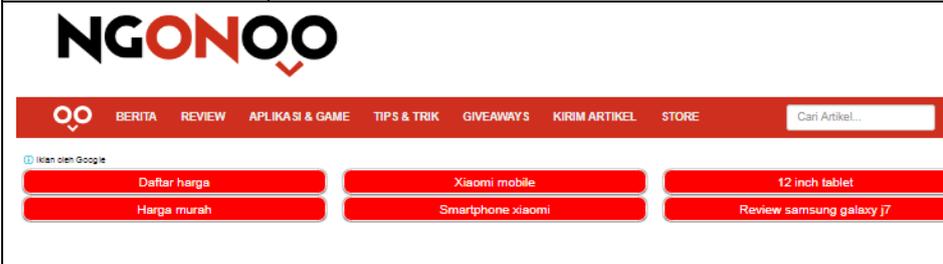
Pilihan menu berita pada homepage Ngonoo.com terbaru diantaranya memuat pilihan pada menu navigasi : Berita, Review, Aplikasi dan Game, Tips dan Trik, *Giveaways*, Kirim Artikel, Store, dan Kolom Pencarian. Tersusun rapi dalam satu garis horizontal dan yang menarik adalah selama *user* berada pada portal tersebut, menu ini akan mengikuti aktivitas *user* di bagian atas. Akses ini tentu memudahkan *user* untuk memilih dan berpindah rubrikasi setelah selesai membaca artikel.

Menu Berita berisi mengenai *update* teknologi yang ada keterkaitan dengan *user* target Ngonoo.com. Informasi terbaru mengenai *gadget* yang akan rilis di pasaran Indonesia, teknologi mutakhir yang sedang dikembangkan produsen teknologi ternama, hingga

spesifikasi *gadget* yang sudah rilis maupun bocoran *gadget* yang masih dalam proses pengerjaan (*leaked information*).

Untuk lebih mendapatkan kesan rapi, rubrikasi yang masih dalam satu ranah (koridor) akan di sederhanakan dan ditempatkan dalam satu tag. Sebagai contoh : ketika kita memilih pilihan menu reviews di homepage Ngonoo, maka otomatis akan memunculkan beberapa artikel yang mempunyai tag reviews, serta digabungkan juga rubrikasi *devices*, dan *giveaways*.

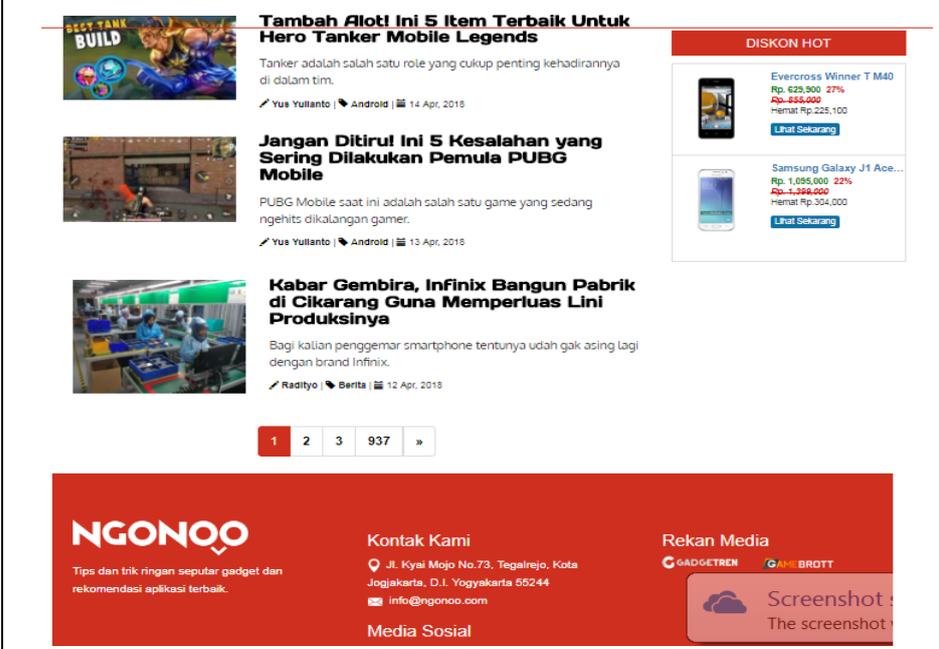
Tabel 9 : Layout Ngonoo.com pada bagian Header

Layout	Bagian Top Menu & Navigation Bar
	
Deskripsi	<p>Dibagian Top Menu hanya tertampil Header dengan tulisan Ngonoo lengkap dengan ikon yang disampaikan secara tersembunyi pada dua huruf terakhir. Navigation Bar berada di bawah Header, dilanjutkan dengan banner GoogleAdSense.</p>

	<p>Rubrikasi Ngonoo secara jelas dijabarkan melalui pilihan pada Navigation Bar, total ada 8 item dan 5 menu diantaranya memuat berbagai macam rubrik yang bisa khalayak pilih.</p> <p>Dari kiri ke kanan :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Icon Ngonoo : Menu ini berfungsi sebagai shortcut untuk mengembalikan kita ke homepage Ngonoo.2. Berita : Menu ini merujuk ke artikel-artikel yang dikategorikan sebagai berita, mayoritas konten adalah informasi terbaru mengenai <i>gadget</i> yang masuk ke pasar Indonesia.3. Aplikasi & Game : Tema pembahasan di menu ini merupakan hasil percobaan pembuat konten, baik itu step by step menggunakan aplikasi tertentu, maupun walkthrough game pada <i>gadget</i>.4. Tips & Trik : Berisi tentang trik bagaimana mengoptimalkan fitur yang ada di <i>gadget</i>, dan tentunya melakukan hacks pada beberapa fungsi <i>gadget</i> yang pada umumnya tidak diketahui <i>user</i>.
--	--

	<p>Memberikan tips yang dapat membantu <i>user</i> dalam memilih atau menggunakan <i>gadget</i> secara maksimal.</p> <p>5. <i>Giveaways</i> : Jika tiba periode <i>giveaways</i> maka akan ditampilkan pada menu ini bagaimana dan hasil dari <i>giveaways</i> yang sudah dilakukan sebelumnya.</p> <p>6. Kirim Artikel : Informasi tata cara pengiriman artikel.</p> <p>7. Store : Katalog <i>gadget</i> dari beberapa e-commerce.</p> <p>8. <i>Search</i> : Fitur pencarian artikel dengan keyword tertentu, bekerja sangat efektif untuk menemukan artikel yang lebih spesifik.</p>
--	--

Tabel 10 : Layout Ngonoo.com pada bagian Body dan Footer

Layout	Body dan Footer
	
<p>Deskripsi</p>	<p>Pada sisi kiri berurutan dari atas ke bawah ada 5 thumbnails, daftar postingan Ngonoo terbaru. Judul tulisan beserta caption yang mendukung sebagai informasi singkat tentang apa isi dari artikel yang ada didalamnya. Tidak ketinggalan juga diberikan <i>tag</i> sesuai dengan konten ke beberapa rubrikasi yang terkait.</p> <p>Pada sisi kanan terdapat kolom untuk affiliate dengan e-commerce. Untuk affiliate yang dilakukan Ngonoo adalah dengan mencantumkan beberapa produk dari e-commerce Lazada dan</p>

	<p>Bhinneka, dan mengiklankan <i>device</i> berupa <i>gadget</i> yang sedang tren.</p> <p>Secara keseluruhan, dengan menggunakan tema responsif ini yang lebih simpel, homepage akan lebih terlihat rapi dan lebih fokus dalam penyajian konten.</p> <p>Footer merupakan bagian yang tidak ada pada versi sebelumnya, namun kali ini hadir untuk semakin mendekatkan khalayak dengan Ngonoo. Menancapkan lagi brand image Ngonoo sebagai portal informasi dan <i>gadget</i> dicantumkanlah caption “tips dan trik ringan seputar <i>gadget</i> dan aplikasi terbaik” dibawah logo.</p> <p>Bagian informasi Ngonoo berisi alamat offline office, serta tautan yang mengarah ke akun media sosial Ngonoo (facebook, twitter, instagram, pinterest, google plus, dan feed).</p>
--	--