



ARKANA

Jurnal Komunikasi dan Media

Link : <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana>
Volume : 04
Nomor : 01
Bulan : Juni
ISSN (online) : 2962-1917
DOI : 10.62022/arkana.v4i01.9323

STRATEGI EKSTENSIF MEDIA LOKAL KOTOMONO.CO DI TENGAH MARAKNYA MEDIA ARUS UTAMA DI PEKALONGAN

Lia Afiana¹

¹Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

Corresponding Author: liaafiana219@gmail.com

Article History: Received:15-Maret-2025, Revised:20-April-2025, Accepted:17-Mei-2025

ABSTRAK

Kotomono.co merupakan sebuah media informasi yang memiliki produk jurnalistik berupa opini dan esai. Warna tulisannya sarat akan kritik dan argumen terkait fenomena sosial. Namun kehadirannya di tengah-tengah masyarakat dengan preferensi media yang praktis dan cepat, menuntut kotomono.co untuk dapat mempertahankan eksistensinya di tengah preferensi media yang melekat dalam masyarakat Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh kotomono.co dalam mempertahankan eksistensinya di tengah banyaknya media informasi lain yang lebih populer di Pekalongan. Proses analisa dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian didapatkan bahwa kotomono.co menggunakan strategi isi konten, sebaran kontributor yang luas, eksternal *backlink*.

Kata kunci:

Backlink, Konten, Kontributor, Kotomono.co

ABSTRACT

Kotomono.co is an information media company that produces journalistic products in the form of opinions and essays. The color of the writing is full of criticism and arguments related to social phenomena. However, its presence amid society with practical and fast media preferences requires kotomono.co to maintain its existence amidst the media preferences inherent in the Pekalongan community. This study aims to determine the strategy used by Kotomono.co in maintaining its existence amidst the many other information media that are more popular in Pekalongan. The analysis process was carried out using descriptive qualitative methods and data collection techniques in the form of interviews, observations, and documentation. The results of the study showed that kotomono.co uses a content strategy, a wide distribution of contributors, and external backlinks.

Keywords:

Backlinks, Content, Contributors, Kotomono.co

PENDAHULUAN

Media massa telah mengalami transformasi yang begitu pesat. Di tengah kelajuan zaman yang sangat cepat, manusia saat ini memiliki kewenangan penuh untuk memutuskan informasi seperti apa yang akan mereka terima, pahami, dan konsumsi (Ayu, Zulkarnaen and Fitriyanto, 2022). Salah satu buah karya dari kelajuan zaman saat ini adalah munculnya beragam portal berita *online* yang menghiasi wajah jurnalistik (Maulida *et al.*, 2021). Mulai dari satu *platform* ke *platform* lainnya dengan ciri khas dan

kelebihan tersendiri. Masing-masing media memiliki strateginya untuk bisa menjangkau audiens dan pembaca sebanyak-banyaknya guna mempertahankan eksistensi di tengah puluhan media berita *online* yang lain. Kepentingan pribadi dan kelompok terus menjadi alasan setiap media untuk menampilkan sesuatu yang menonjol dan baru. Dengan segala kemudahan dan kepraktisan saat ini, terbentuklah pemikiran pragmatis oleh sebagian besar masyarakat. Sebagian besar dari publik lebih senang menerima dan mendapatkan suntikan informasi yang cepat dan singkat (Malatuny, Labobar and Labobar, 2020). Di tengah kemajuan ini, media harus tetap mengikuti teknologi untuk dapat bertahan agar perputaran ekonomi korporasi tetap berjalan (Leksmana, Mayasari and Poerana, 2020).

Melihat karakteristik publik yang lebih senang dengan model berita yang cepat dan singkat media menyikapi dengan permisif. (Prajarto, Ph.D, Tania, S.IP., M.A. and Purwaningtyas, S.IP., M.A., 2019) Sebagian *platform* digital menawarkan sajian informasi yang cepat dan singkat dari beberapa media berita *online*. Bahkan kecepatannya melebihi media berita yang notabene senior dan kredibel dilihat dari masa berdiri dan esensi produk jurnalistik yang dihasilkannya (Lubis and Nasution, 2023). Tidak jarang kejelasan dan keakuratan berita di *platform* digital sering menjadi pertanyaan sebagian masyarakat. Hal ini dapat terjadi karena unsur dasar jurnalistik (5W+1H) tidak sepenuhnya terpenuhi (Samosir, 2020).

Penelitian ini secara khusus akan membahas bagaimana strategi media berita online kotomono.co dalam mempertahankan eksistensinya di tengah terpaan media arus utama yang ada di Pekalongan. Bagaimana kotomono.co sebagai sebuah media informasi tetap bertahan di tengah preferensi masyarakat terhadap media arus utama lokal lainnya di Pekalongan. Serangkaian observasi, dokumentasi, dan wawancara langsung dilakukan kepada pionir kotomono.co guna menganalisa strategi media tersebut untuk terus menarik minat masyarakat terhadap media kotomono.co sebagai salah satu media yang mempertahankan independensinya di tengah konvergensi media yang ada.

Menyikapi preferensi baru masyarakat terhadap media informasi, sebagian media berita *online* tetap berada pada konsistensi awal memilih independen dan terus menyampaikan informasi dengan tetap menggunakan prinsip dan etika jurnalistik. Salah satu cara yang digunakan oleh media untuk bertahan adalah dengan menampilkan konten yang memiliki sisi unik dan menarik dari media lain. Selain itu, sebaran kontributor yang luas, dan penggunaan eksternal *backlink* juga diperlukan untuk mempertahankan angka pembaca maupun pemirsa. Hal demikian dilakukan oleh media kotomono.co Pekalongan dalam mempertahankan eksistensinya di tengah kecepatan platform digital lokal lainnya.

Kotomono.co merupakan salah satu media informasi online yang mengemas kontennya dalam bentuk esai dan opini. Beberapa rubrik selain informasi publik yang bernilai berita juga terdapat dalam kotomono.co sebagaimana portal berita online lainnya. Kualitas tulisan yang di publikasi dalam kotomono.co sudah cukup mampu menjangkau parameter prinsip jurnalistik. Media online yang sudah ada sejak tahun 2015-2016 ini merupakan buah pengembangan dari situs informasi blog lokal dengan nama Cinta Pekalongan yang kemudian dilakukan perubahan nama menjadi kotomonono.co yang saat ini tetap menjadi media lokal tapi mampu menjangkau publik dalam skala nasional. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya kontributor konten yang berasal dari luar wilayah Pekalongan. Yang membedakan konten kotomono.co dengan media berita online lainnya adalah strategi pengemasan yang dilakukan berupa esai dan opini. Tidak ada rubrik khusus yang benar-benar bertajuk berita, sebagaimana media online lain di mana esai dan opini merupakan rubrik tersendiri dengan berita utama tersendiri. Namun kotomono.co mengemas informasinya menggunakan gaya

esai dan opini. Sehingga hal inilah yang menjadi ciri khusus dan menjadi salah satu alasan kotomono.co masih tetap terjaga eksistensinya di tengah terpaan arus informasi yang cepat oleh media lain. Gaya khas kotomono.co merupakan bentuk adaptasi dan inovasi dari media serupa yang lebih senior yaitu mojok.co yang seringkali berisi informasi kritis dan tajam terkait isu sosial, politik, dan hukum dalam rubrik esai dan opininya.

Pekalongan memiliki beberapa media berita online yang telah mendapat lisensi resmi dari Dewan Pers yaitu Batik Tv, suara merdeka pekalongan, dan radar pekalongan. Batik Tv merupakan lembaga penyiaran yang bergerak dalam bentuk siaran dan informasi digital. Sementara itu suara merdeka pekalongan hanya bergerak dalam publikasi informasi digital saja, sedangkan radar pekalongan merupakan media berita cetak dan digital. Ketiganya merupakan salah satu media arus utama lokal yang ada di Pekalongan. Media arus utama merupakan rujukan utama dalam mendapatkan informasi dari sumber yang populer di mata dan telinga masyarakat. Arus informasi yang mengalir deras merupakan sumber rujukan sekaligus alasan dalam pengambilan keputusan maupun kebijakan oleh pemerintah (Hasyim, 2021). Media arus utama memiliki regulasi yang ketat terhadap kriteria sebuah informasi hal ini dibuktikan dengan proses penyuntingan yang panjang sebelum sebuah informasi dipublikasi (Guntur, Unde and Hasrullah, 2023). Keberadaan media lokal di Pekalongan merupakan bentuk penegakan otonomi daerah yang berwenang untuk membangun media berita sendiri guna menjadi penyalur informasi seputar daerah, sehingga informasi tidak hanya dimonopoli oleh perusahaan media skala nasional saja (Maryani *et al.*, 2022).

Kondisi persaingan kotomono.co dengan media berita online arus utama lokal Pekalongan cukup tinggi. Mengingat ketiga media online yang telah disebutkan telah mendapat lisensi resmi dari Dewan Pers nasional. Tingkat popularitas media arus utama lokal tersebut juga lebih tinggi dibanding dengan media kotomono.co. Dengan popularitas dan lisensi resmi dari Dewan Pers, media arus utama tersebut jauh lebih meyakinkan masyarakat sebagai rujukan informasinya. Akibatnya, preferensi masyarakat akan cenderung kepada media arus utama lokal yang sudah populer di dengar dan dilihat serta memiliki lisensi resmi dari Dewan pers. Dari segi konten, kotomono.co tidak selazimnya media berita karena konten yang disajikan bergaya esai dan opini, tidak ada rubrik khusus bentuk berita. Hal ini tentu berbeda dengan bentuk konten yang ada di media arus utama Batik Tv, Suara merdeka Pekalongan, dan Radar Pekalongan. Dengan demikian, kotomono.co menghadapi persaingan yang tinggi terhadap media arus utama lokal di Pekalongan.

Urgensi bagi penulis melakukan penelitian terkait Eksistensi Media kotomono.co Pekalongan adalah untuk membangun kepercayaan bagi media berita online lain agar terus mempertahankan eksistensinya dengan tetap mengedepankan faktualitas dan kualitas informasi. Selain itu, masyarakat perlu mendapat suntikan wawasan yang positif dan akurat untuk mengkonstruksi pemikiran yang terbuka dan bijak. Kecepatan informasi dengan sedikit kebenaran tidaklah berarti apa-apa, idealnya sebuah berita mampu meningkatkan sisi intelektual publik serta membangunkan pemikiran kritis melalui konsumsi informasi yang berkualitas.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh kotomono.co dalam mempertahankan eksistensinya di tengah banyaknya media informasi lain yang lebih populer di Pekalongan. Hingga saat ini, kotomono.co masih eksis menjadi salah satu media berita online lokal di Pekalongan. Bukti eksistensi ini dapat dilihat dari kurun waktu berdirinya media dari tahun 2016 hingga sekarang, jumlah kontributor yang mencapai ratusan juga turut memperkuat keberadaan kotomono.co dengan segala jenis konten informasinya. Bukti lain eksistensi kotomono.co yang hingga saat ini terlihat jelas adalah jumlah pembaca yang pernah hingga mencapai lima

ribu pembaca. Meski rata-rata jumlah pembaca setiap tulisanya di atas lima ratus hingga seribu lebih. Untuk sebuah media lokal yang berjuang di tengah maraknya media arus utama lokal yang lain, angka tersebut cukup tinggi mengingat kualitas konten kotomono.co sesuai dengan prinsip jurnalistik. Ciri khas yang melekat dari kotomono.co adalah gaya pengemasan konten berupa esai dan opini yang jelas berbeda dengan rubrik berita online media lokal lainnya. Bahasa yang disajikan cenderung lebih santai dan mudah melekat dalam benak generasi muda. Faktor inilah yang sekaligus menjadi daya tarik penelitian dilakukan, sebab target audiens yang ingin dijangkau oleh kotomono.co adalah generasi muda yang membutuhkan asupan informasi yang menarik dan tidak membosankan. Dengan begitu eksistensi kotomono.co tetap kokoh di tengah maraknya media arus utama lokal lain yang juga menjadi preferensi bagi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Bagian Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif merupakan sebuah metode dalam penelitian yang terlepas dari numerik (angka) dan statistika. Kualitatif lebih mengedepankan dokumentasi foto, deskripsi mendalam, serta paragraf narasi. Teknik pengumpulan data dengan tiga cara, observasi, wawancara, serta dokumentasi (Ardyan *et al.*, 2023). Wawancara dilakukan secara langsung dilokasi penelitian dengan melibatkan peneliti, dan narasumber secara aktif (Firmansyah, Masrun and Yudha S, 2021). Observasi dilakukan sebelum dan selama proses wawancara berlangsung, dengan menghubungi narasumber selaku pihak terkait yang memiliki wewenang penuh atas objek penelitian yang akan dilakukan. Dokumentasi dilakukan selama proses wawancara berlangsung.

Adapun objek penelitian ini adalah media berita *online* kotomono.co Pekalongan yang berada di daerah Kabupaten Pekalongan. Informan yang digunakan penulis adalah pemilik sekaligus pengelola media kotomono.co Priangga dan Arsyad. Untuk menunjang validitas penelitian dan memudahkan proses penelitian, penulis melibatkan beberapa sumber literatur dan penelitian terdahulu yang serupa untuk memandu proses penyusunan penelitian ini. proses penggalian data dilakukan sejak bulan Oktober 2024 hingga 17 Januari 2025. Wawancara dilakukan secara langsung dan via *online* melalui aplikasi *whatsApp*. Hasil penelitian yang dilakukan secara langsung direkam menggunakan *voice record* dan riwayat percakapan pada *smarthphone*.

Hal tersebut dapat dilihat pada contoh di bawah ini:

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No	Nama Informan	Pendidikan	Pekerjaan
1	Priangga	Strata 1	Pengelola media kotomono.co
2	Arsyad	Strata 1	Pengelola media kotomono.co

Sumber: Data Olahan Peneliti

Kedekatan informan dengan objek penelitian menjadi daya penguat tersendiri bagi kelayakan data penelitian. kedua informan juga merupakan lulusan strata 1 dengan konsentrasi keilmuan yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kotomono.co merupakan media informasi yang publikasinya hanya melalui media digital *website*. Bukan sebuah media informasi yang memiliki konvergensi media antara cetak dan elektronik atau cetak dan digital, murni hanya media digital saja. Meskipun kotomono.co merupakan media informasi publik, namun kehadirannya hingga saat ini belum terindeks oleh dewan pers. Dewan pers sendiri merupakan lembaga yang lebih tinggi yang menaungi keberadaan media-media pers lainnya agar sejalan dengan prinsip dan etika jurnalistik (Rezkiyana, Akbar and Hasmin, 2019). Meski begitu, kotomono.co masih saja menjadi media yang vokal dalam urusan isu yang menyangkut kepentingan publik, khususnya isu kebijakan pemerintah dan politik. Keberadannya yang belum terindeks oleh dewan pers tidak menyurutkan ketajaman dan kualitas konten media tersebut. Sama halnya dengan media informasi digital lainnya, kotomono.co juga menggunakan iklan sebagai salah satu sumber *income* selain melalui jumlah *viewers*. Jika dilihat dari sumber *income* dan popularitasnya dibanding media arus utama lokal lainnya, kotomono.co perlu memiliki strategi dalam mempertahankan eksistensinya secara lokal maupun nasional. Sebagai sebuah media lokal, kotomono.co memiliki lokalitas untuk tetap membangun branding di tengah persaingan media sekala nasional dan global (Hanjani, 2025).

Eksistensi Media Kotomono.co

Kotomono.co merupakan buah pengembangan media *online* yang sudah ada sejak tahun 2015-2016 dengan nama Cinta Pekalongan. Blog yang bergerak dalam ranah kepenulisan esai dan opini tersebut membahas mengenai hal-hal yang ada di Pekalongan. Namun dalam perkembangannya, media tersebut justru di dominasi oleh kontributor dari luar Pekalongan (Jatim, dan Jabar). Disebabkan kontaminasi kontributor yang justru berasal dari luar Pekalongan, digagaslah konstruksi baru untuk melokalkan media tersebut dengan pemberian nama kotomono.co yang diambil dari kosa kata lokal yang biasa digunakan masyarakat Pekalongan dalam berkomunikasi yaitu “*kotomono*”. Angga sebutan akrab pionir kotomono.co menyampaikan bahwa “*kotomono*” adalah kata yang akan sering dijumpai ketika masyarakat Pekalongan berkomunikasi. Dari sanalah nilai lokalitas dan alasan pemilihan nama *kotomono* sebagai branding baru.

“Awalnya kita media lokal berupa laman blog yang memiliki nama Cinta Pekalongan. Tapi kami memiliki visi menjadikan blog tersebut sebagai media informasi yang lebih berskala nasional. Jadilah diambil kata kotomono yang akrab di telinga masyarakat Pekalongan tapi terdengar asing bagi masyarakat luar Pekalongan. Kotomono itulah yang menjadikan local branding bagi Pekalongannya, namun isu yang dihasilkan berskala nasional.”

Kotomono.co memiliki gaya kepenulisan yang berkiblat pada media lain yang lebih besar yaitu mojak.co. Media kotomono.co pertama kali digagas oleh tiga pionirnya yaitu Gagah Priangga, Muhammad Arsyad, dan Ribut Achwandi. Namun, hingga saat ini masih ketiga orang tersebut yang menjadi penggerak inti. Lugasnya, ketiga orang tersebutlah yang sekaligus mengurus kotomono.co seperti penulisan, perevisian, publikasi, penjaringan naskah dari kontributor, sekaligus penjaring media lain untuk menjadi promotor melalui *backlink*.

Kotomono.co memandang preferensi media informasi masyarakat Pekalongan cenderung merujuk pada jenis pemberitaan informasi di platform digital instagram yang terbilang cepat, singkat, dan kontroversi serta ramai dibicarakan. Media *online*

yang menjadi preferensi informasi masyarakat Pekalongan tidak memiliki kredibilitas penulisan yang baik, serta cenderung instan. Sebagai contoh akun instagram @pekalonganinfo, sering memberitakan kejadian yang hanya disertai foto dan video dengan keterangan singkat justru mendapatkan perhatian serius dari publik. Melihat fenomena *fast journalism* yang ada, kotomono.co sebagai sebuah media *online* yang berkiprah dalam *website* dengan domain dan hostingnya, tetap memilih menjadi dirinya sendiri.

Strategi konten

Tantangan yang dihadapi kotomono.co dalam bersaing dengan media lokal adalah meningkatkan jumlah pembaca dengan strategi SEO. Strategi semacam ini sudah umum digunakan oleh banyak media *online* yang memiliki produk utama berupa tulisan. SEO membuat tulisan yang dibuat oleh sebuah media akan mudah dicari karena berada pada posisi teratas dalam mesin pencarian. Untuk menjadikan sebuah tulisan sampai pada tingkat SEO perlu keterampilan dan kompetensi memadai oleh penulis. Penggunaan kata kunci secara konsisten dalam setiap paragraph tulisan akan membantu tulisan sampai pada tingkat SEO. Cara paling umum yang digunakan adalah dengan menuliskan secara berulang frasa yang ada dalam judul di dalam tulisan, hal ini akan membuat sebuah tulisan mudah teridentifikasi oleh mesin pencari. Strategi inilah yang digunakan oleh media kotomono.co Pekalongan.

Selain menggunakan strategi umum berupa SEO tulisan, kotomono.co juga menggunakan cara penyajian informasi yang menarik dan asik. Kotomono.co merupakan sebuah media informasi online satu-satunya yang hanya memuat jenis tulisan esai dan opini. Berbeda dari media online lain seperti suaramerdeka.com pekalongan yang juga memuat konten berita. Hal ini menjadi sebab isi konten dalam media kotomono.co cenderung lebih kritis dan tajam. Asas kepentingan publik menjadi landasan utama bagi media kotomono.co untuk terus bertahan dengan karakteristik tulisan yang pedas dan membuat audiens berpikir. Arsyad selaku pengelola juga menuturkan bahwa kotomono.co memiliki corak tulisan yang sama dengan mojok.co. Sementara diketahui bersama bahwa mojok.co memiliki karakteristik tajam, kritis, dikemas dengan bahasa santai dan menarik.

“Jika dibandingkan dengan media informasi yang lain, jelas mereka lebih populer dan sudah lebih dulu ada sejak lama. Kalau mau membandingkan jumlah views juga kalah jauh. Namun yang membuat kotomono.co tetap mau bertahan dan tetap ada karena kepentingan publik.”

Kotomono memiliki enam rubrik tulisan, keenamnya di kemas dengan bahasa santai dan asik. Penggunaan nama yang unik pada rubrik turut menyita perhatian pembaca karena rasa penasaran. Keenam rubrik tersebut merupakan rubrik nyas nyis, senggang, plesiran, daebak, wibu, dan rubrik lainnya. Dalam rubrik Nyas Nyis berisi konten tentang keresahan publik terhadap fenomena sosial terbaru dikemas dengan bahasa yang menarik dan santai. Sementara rubrik senggang memiliki warna tulisan yang mirip dengan Nyas Nyis, hanya saja dalam rubrik Senggang cenderung masuk jenis tulisan esai yang memuat solusi dari isu sosial yang ada. selanjutnya rubrik Plesiran berisi rekomendasi tempat wisata dan kuliner. Rubrik Daebak berisi mengenai budaya populer korea mulai dari industri music, hingga industri perfilmannya. Rubrik Wibu membahas soal dunia anime, cocok bagi penikmat budaya Jepang. Sementara rubrik Lainnya berisi beberapa tema ada nyastra yang berisi soal sastra, kilasan, otomono yang

berisi soal otomotif, figur, kearifan lokal, ngabuburit, dan release. Beragam rubrik kekinian dan asik tersebut turut mengundang jumlah pembaca.

Asas kepentingan publik mewarnai ide pokok setiap tulisan yang diluncurkan oleh kotomono.co. berawal dari seruan, dan keresahan publik diangkatlah sebuah topic bahasan yang tajam dan kritis untuk mewakili publik. Tak hanya menjadi pilar demokrasi antara masyarakat dan pemerintah lokal, kotomono.co sekaligus menjadi wahana kritik terhadap fenomena sosial yang meresahkan dan membutuhkan perbaikan. Seperti contoh dalam tulisan *Kuliah Kok Gitu-gitu Aja!?* merupakan tulisan opini yang mengkritisi soal minimnya budaya akademik kampus yang menelurkan civitas akademik pasif, sulit berpikir kritis, dan kurang solutif. Kritik terhadap pemerintah juga dapat dilihat pada contoh tulisan berjudul *Melantik Anggota DPRD Kota Pekalongan yang Terseret Kasus Pengelapan Dana Nasabah Memang Keputusan Tepat!* merupakan sebuah esai yang berisi refleksi kritis, tajam, dan logis terhadap sistem pencalonan wakil rakyat yang penuh dengan politik uang yang kotor.

Relevansi konten dengan kebutuhan publik menarik lebih banyak audiens untuk melirik dan membaca isi konten. Melalui sebagian kontennya, kotomono.co menjadi wakil suara dari masyarakat yang mengalami keresahan dengan kebiasaan sesama masyarakat maupun keresahan terhadap panggung politik pemerintahan yang mengalami banyak kecacatan. Masyarakat dan pemerintah, menjadi dua elemen yang sangat mendominasi kehidupan publik, mengangkatnya menjadi sebuah isu di media informasi merupakan sesuatu yang bernilai tinggi. Keduanya menyangkut kepentingan publik yang melibatkan banyak pihak, sehingga dengan keberanian kotomono.co dalam menyajikan isu semacam itu ke hadapan publik justru akan menjadi nilai lebih dalam upaya terus menarik jumlah pembaca.

Penggunaan Eksternal Backlink

SEO saja tidak cukup untuk menunjang eksistensi kotomono.co, perlu adanya eksternal *backlink* yang bisa mengantarkan pembaca dari media *online* yang lebih besar untuk sampai pada tulisan milik media kotomono.co. Sementara untuk melakukan “penitipan” *backlink*, media harus membayar kurang lebih sebesar Rp 250.000,- per satu *backlink*. Di sisi yang sama, kotomono.co juga kalah saing dengan konten yang dihasilkan oleh media yang lebih besar dan sudah lebih dulu populer di publik. Namun sejauh ini, kotomono.co berhasil menarik pembaca hingga angka ribuan untuk isu yang trending.

Backlink sendiri memiliki dua jenis. Internal backlink dan eksternal *backlink*. Kotomono sendiri menggunakan *eksternal backlink*. *Internal backlink* apabila tautan konten yang diletakkan dalam sebuah tulisan milik kotomono.co berasal dari konten mereka yang lain. Sementara *eksternal backlink* merupakan tautan konten milik media kotomono.co yang diletakkan di media lain.

Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa Kotomono.co memiliki kerja sama dengan media informasi yang lebih besar seperti detik.com untuk “menitipkan” *backlink* pada konten tulisan mereka. Media yang lebih besar tentunya memiliki jangkauan pembaca yang lebih luas, semakin banyak konten detik.com dibaca oleh audiens maka semakin banyak pula jumlah orang yang membuka *backlink* tersebut atau sekadar membacanya. Akibatnya, potensi peningkatan jumlah pembaca jauh lebih tinggi. Dengan demikian, kemungkinan untuk tetap muncul dan eksis pada kotomono.co masih ada.

Gambar 1. Contoh laman kotomono.co yang mencantumkan *backlink* media



lain

Backlink eksternal pada teks berwarna biru

Sumber: penulis, 2025

Sebaran kontributor yang luas

Kontributor merupakan pekerja lepas yang memiliki tugas dan potensi yang sama dengan wartawan, hanya saja tidak terikat secara resmi sebagai karyawan tetap dalam suatu lembaga. Tuganya mencari data, mengolah, dan menyajikan data menjadi sebuah informasi matang yang siap dikonsumsi publik (Antasari and Haidar, 2023). Meskipun hanya sebuah media lokal, sebaran kontributor oleh kotomono.co terbilang cukup banyak dan luas. Sebanyak 200 orang lebih menjadi kontributor di kotomono.co. domisili kontributor juga beragam, mulai dari lokal hingga luar wilayah seperti Jawa Barat, dan Jawa Timur. Apresiasi terhadap para kontributor berupa pemberian fee kepada tulisan yang sudah publikasi sebanyak lima kali. Adapun untuk kontributor yang berhasil menerbitkan lima tulisannya atau bahkan lebih, akan menerima fee sebanyak Rp. 20.000,- per satu tulisan. Bukan angka yang besar, tapi Arsyad selaku pengelola menyampaikan beberapa kontributor tidak mengharapkan fee. Kepuasan kontributor berada pada keberhasilan tulisan mereka dimuat dalam media kotomono.co.

Muhammad Arsyad dalam wawancara yang dilakukan melalui platform WhatsApp menyampaikan registrasi yang dilakukan oleh kontributor sama dengan ketika hendak mengiirmkan tulisan ke media kotomono.co tidak perlu melampirkan dokumen resmi apapun.

“Untuk menjadi kontributor juga tidak sulit, cukup melakukan registrasi menggunakan email dan password.”

Penggunaan kontributor dalam media kotomono.co membantu kenaikan eksistensi media di ruang publik. Sebaran kontributor yang luas membantu konten tulisan lebih beragam dengan isu yang lebih kompleks. Kemudahan alur registrasi menjadi seorang kontributor kotomono.co terbilang mudah sehingga hal ini menjadikan publik lebih leluasa untuk mendaftarkan dirinya sebagai kontributor. Dengan kemudahan semacam ini mendorong kotomono.co untuk memilihi jumlah kontributor

“Strategi Eksistensi Media Lokal Kotomono.Co di Tengah Maraknya Media Arus Utama di Pekalongan”

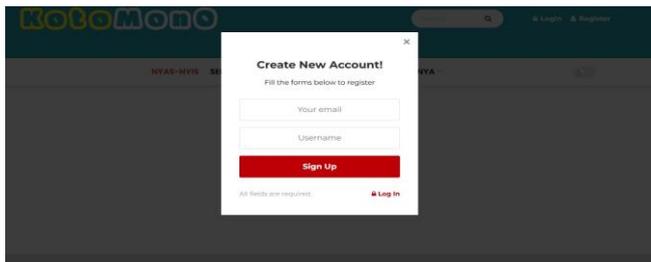
yang banyak. Intensitas tulisan yang dihasilkan juga akan lebih tinggi, hal ini menjadikan konten media konsisten muncul di ruang publik.

Sebaran kontributor yang luas juga menjadi sumber kekayaan ide dalam mengangkat sebuah topik sosial. Dikarenakan setiap wilayah asal seorang kontributor, menjadikan isu sosia yang dapat diulik selalu ada. Akibatnya, produktifitas tulisan dan juga kualitas isu yang diangkat lebih optimal. Beberapa tahapan registrasi bagi kontibutor tulisan kotomono.co Pekalongan sebagai berikut.

Gambar 2. Klik ikon register



Gambar 3. Ketik email dan nama pengguna (username) untuk akun kotomono.co



registrasi kontributor

sumber: penulis, 2025

Setelah pengisian email dan username, calon kontributor akan mendapatkan email dari kotomono yang berisi *password* atau kata sandi yang akan digunakannya untuk masuk pada akun kotomono dan memulai menulis.

PENUTUP

Kesimpulan

Pada kenyataannya, kotomono.co tetap bisa eksis di tengah media informasi arus utama lain yang ada di Pekalongan. Meski tidak sepopuler media lain, jumlah pembaca dan peminat konten kotomono.co tetap stabil. Setiap unggahan yang dipublikasi oleh kotomono.co mampu menarik tuju ratus lebih *views*, sebagian konten terdahulu bisa mencapai ribuan *views*. Upaya yang dilakukan kotomono.co untuk menjaga eksistensinya adalah dengan menggunakan strategi konten, penggunaan eksternal *backlink*, dan sebaran kontributor yang luas. Kotomono.co mengemas informasi dengan teknik penulisan SEO dan gaya bahasa unik serta ringan tapi tetap informatif dan

membangun daya pikir kritis pembaca. Gaya esai dan opini melekat dalam benak generasi muda yang lebih senang dengan informasi yang dikemas tajam dan lugas sebagaimana dilakukan kotomono.co. Sementara itu penggunaan eksternal backlink turut dilakukan untuk menjangkau pembaca lebih banyak, ditambah sumber konten informasi yang disajikan kotomono.co tidak hanya berasal dari contributor lokal saja, melainkan berasal dari beberapa wilayah seperti Jawa Timur dan Barat. Dengan demikian, konten yang disajikan bisa lebih beragam, berkualitas, dan tidak hanya berisi isu lokal. Dari ketiga strategi yang digunakan oleh kotomono.co, maka strategi yang paling efektif adalah strategi konten dengan teknik penulisan SEO. Karena eksistensi media bergantung pada dinamika pembaca, dengan SEO tulisan bisa terindeks oleh mesin pencari di posisi teratas.

Saran

Kedangkalan kompleksitas penelitian ini memberikan peluang kajian yang lebih luas dan komprehensif. Objek penelitian bisa dikaji kembali dengan melakukan analisis menggunakan teori framing pada konten setiap rubrik kotomono. Sehingga dapat diketahui bagaimana kotomono.co ini memframingkan konten politik pemerintahan dengan konten yang berkaitan isu sosial masyarakat biasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Antasari, C. and Haidar, N. (2023) 'the Existence of Women Journalists As Contributors Eksistensi Jurnalis Perempuan Sebagai Kontributor', *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), pp. 684-689. Available at: <https://idm.or.id/JSER/inde>.
- Ardyan, E. et al. (2023) *METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=A8LmEAAAQBAJ>.
- Ayu, I.W., Zulkarnaen, Z. and Fitriyanto, S. (2022) 'Budaya Digital Dalam Transformasi Digital Menghadapi Era Society 5.0', *Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, 5(1), pp. 20-25. Available at: <https://doi.org/10.58406/jpml.v5i1.922>.
- Firmansyah, M., Masrun, M. and Yudha S, I.D.K. (2021) 'Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif', *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), pp. 156-159. Available at: <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>.
- Guntur, A.M., Unde, A.A. and Hasrullah, H. (2023) 'Media Mainstream Sebagai Sarana Komunikasi Politik', *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), pp. 7307-7310. Available at: <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2853>.
- Hanjani, T.A. (2025) 'CYBERBRANDING DALAM MEMBANGUN IDENTITAS MEDIA', (1).
- Hasyim, N.M. (2021) 'Bias Pemberitaan Media Online dan Mainstream di Indonesia', *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 3(2). Available at: <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/article/view/5477>.
- Leksmana, A., Mayasari, M. and Poerana, A.F. (2020) 'Geliat Konvergensi Media Cetak Lokal', *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(1), pp. 15-33. Available at: <https://doi.org/10.33884/commed.v5i1.2486>.
- Lubis, N.S. and Nasution, M.I.P. (2023) 'Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat', *KOHESI: Jurnal Multidisplin Saintek*, 1(12), pp. 41-50. Available at: <https://ejournal.warunayama.org/index.php/kohesi/article/view/1311>.
- Malatuny, Y.G., Labobar, J. and Labobar, B. (2020) 'Literasi media: Preferensi warga

negara muda di era disrupsi', *Journal of Moral and Civic Education*, 4(1), pp. 42-51.

Maryani, E. *et al.* (2022) 'Pelatihan Manajemen Media Digital Bagi Praktisi Media Lokal di Era Digital', *Journal of Servite*, 2(2), p. 79. Available at: <http://dx.doi.org/10.37535/104002220221%0Ahttp://journal.lspr.edu/index.php/servite/article/view/459/201>.

Maulida, A.S. *et al.* (2021) 'Kata kunci ':, 1.

Prajarto, Ph.D, P.Y.N., Tania, S.IP., M.A., S. and Purwaningtyas, S.IP., M.A., M.P.F. (2019) 'Preferensi Informasi dan Perilaku Bermedia Warganet di Akun Instagram Media Informasi Selebritas', *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 16(2), pp. 191-208. Available at: <https://doi.org/10.24002/jik.v16i2.1805>.

Rezkiana, D., Akbar, M. and Hasmin, M.Y. (2019) 'Peranan Dewan Pers Dalam Penyelesaian Sengketa Pers Menurut Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers', *Jurnal Kolaboratif Sains*, 2(1), pp. 1647-1657. Available at: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS/article/view/696>.

Samosir, F.T. (2020) 'ANALISIS PENYEBARAN INFORMASI HOAX DIMEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA (Studi Mahasiswa Di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu)', *Bibliotika*, 4(2), pp. 259-267.