

## **BAB II**

### **Perkembangan Media Tribunnews**

Perkembangan teknologi seiring dengan keberadaan media, kemunculan dan maraknya internet di Indonesia pada era 90-an membuat beberapa media mulai membuat pada platform ini. Media online semakin marak dari tahun ke tahun, sejak media online pertama Republika Online dengan Republika.co.id pada 17 Agustus 1994, kemudian wartawan majalah Tempo yang menganggur karena medianya dibreidel pemerintah, kemudian mendirikan Tempointeraktif.com yang diluncurkan pada 6 Maret 1996. Berikutnya Bisnis Indonesia yang meluncurkan portal Bisnis.com pada 2 September 1996 (Margianto & Syaefullah, n.d : 17). Harian Suara Merdeka menjadi media lokal pertama di Indonesia yang meluncurkan versi online Suaramerdeka.com atau yang lebih dikenal sebagai Suaramerdeka Cyber pada 14 September 1996<sup>1</sup>.

Divisi Koran Daerah Kompas-Gramedia (Group of Regional Newspaper) yang berkantor pusat di Jakarta, pada 22 Maret 2010 meluncurkan brand Tribunnews. Brand baru ini menyikapi pertumbuhan teknologi informatika. Situs berita ini menyajikan berita-berita dari harian Tribun dalam tampilan realtime, lebih singkat dan update dalam jangkauan nasional, olahraga, seleb, lifestyle dan berbagai macam berita lainnya. Situs berita Tribunnews saat ini didukung 30 situs harian lokal yang juga memiliki platform online, berada di bawah jaringan Tribun. Dalam waktu tidak terlalu lama lagi, situs dengan brand Tribun akan terus bertambah, tiga portal akan segera diluncurkan, yaitu TribunLombok.com, TribunPapua.com, TribunCirebon.com. Selain portal media lokal versi online, Tribun juga mempunyai satu portal khusus video dengan alamat Tribun-Video.com, satu portal e-commerce dengan alamat TribunJualBeli.com dan tiga media style di antaranya TribunStyle.com, TribunTravel.com dan TribunWow.com yang

---

<sup>1</sup> <https://www.suaramerdeka.com/page/about-us>, diakses pada 11 Juli 2019 pukul 18.05 WIB.

berkantor di Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah (Sulistyan, wawancara : 2019).

## **2.1 Kiprah Tribunnews dalam Dunia Online**

Sebelum ikut terjun dalam dunia online mengikuti saudaranya Kompas.com, Divisi Koran Daerah Kompas-Gramedia (Group of Regional Newspaper) mempunyai jaringan koran di daerah-daerah, di antaranya Serambi Indonesia (Aceh), Pos Kupang (Kupang), Bernas (Yogyakarta), Bangka Pos (Bangka), Banjarmasin Post (Banjarmasin), Sriwijaya Pos (Palembang), Tifa (Papua) dan Surya (Surabaya). Perubahan terjadi pada 2003, di mana jaringan pers daerah milik grup Kompas-Gramedia melebarkan sayap. Berada di bawah bendera PT Indopersda Primamedia, brand baru dimunculkan dengan label Tribun. Kota pertama yang disasar adalah Balikpapan, Kalimantan Timur dengan melahirkan koran harian yang bernama Tribun Kaltim. Pendirian penerbitan Tribun Kaltim disambut baik oleh pasar di daerah. Sambutan itu mendorong untuk semakin melebarkan sayap dengan pendirian harian lokal di daerah lain dengan brand Tribun gencar dilakukan. Pada 2011, Tribun tercatat memiliki 21 surat kabar lokal di 17 kota, yang tersebar di seluruh Indonesia. Sayap-sayap Tribun pun berkembang pada 2013, Tribun memiliki 28 surat kabar lokal di 19 kota (Tribunnews, 2019). Tribun kini memiliki 22 koran daerah di 22 ibukota provinsi di seluruh Indonesia. Koran daerah yang semula dalam jaringan Group of Regional Newspaper juga dikelola dalam jaringan Tribun, termasuk Warta Kota yang semula berada di luar Group of Regional Newspapaer. Ekspansi terakhir Tribun dalam versi print, saat mendirikan Tribun Bali pada 2014 (Sulistyan, wawancara : 2019).

Seperti sudah dijelaskan di atas selain print, Tribun juga memiliki platform online di daerah dan kini mencapai 30 portal berita lokal yang semuanya mendukung berita Tribunnews demikian juga sebaliknya. Situs berita ini menyajikan berita-berita nasional, regional, internasional, olahraga, ekonomi dan bisnis, serta seleb dan lifestyle. Selain didukung oleh hampir 500 wartawan di 22 kota penting di Indonesia, termasuk yang ada di Jakarta dengan TribunJakarta.com

dan Wartakotalive.com, juga didukung repoter Tribunnews yang bertugas di Jakarta<sup>2</sup>.

Portal Tribunnews tidak hanya menyajikan berita realtime yang dapat dinikmati audiennya tetapi juga menyediakan e-paper koran Tribun Network. Situs ini juga mengelola forum diskusi, dan komunitas online melalui Facebook, dan Twitter. Selain itu, ada berbagai rubrik lainnya di antaranya Tribuners, Citizen Reporter. Dengan dua rubrik terakhir masyarakat diharapkan ikut berpartisipasi, berbagi informasi dan turut serta menyampaikan gagasan berupa ide-ide segar dan pengalaman empiris, terutama untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Berita Tribun juga biasa dikemas bentuk suara di mana disiarkan melalui Radio Sonora, dan radio-radio milik Grup Kompas-Gramedia. Strategi tersebut sekaligus sebagai upaya untuk memperoleh porsi iklan yang pada 2012 lalu hanya memperoleh dana hampir Rp 1,9 miliar. Walau naik seratus persen, porsi 'kue' iklan ini sangat kecil dengan raihan kue pesaing yang telah lama bermain di dunia online. Untuk itu, penerapan strategi penjualan berbasis produksi untuk mendapatkan kepercayaan para pemilik brand maupun agensi periklanan terus digenjot Tribunnews di tahun 2013 (Tribunnews, 2019).

Tribunnews lalu bekerja sama dengan pihak ketiga yang menangani perangkat perhitungan statistik media online. Hal ini untuk menjawab keraguan dan sekaligus sebagai pelayanan Tribunnews kepada klien mengenai kredibilitas portal yang masih dalam katagori muda ini. Berita-berita daerah yang dimuat dalam situs Tribunnews diolah dari situs Tribun di daerah-daerah. Situs-situs Tribun di daerah pun dapat dengan mudah mengambil berita yang sudah dimuat di Tribunnews diolah disesuaikan dengan kondisi lokal setempat. Demikian pula antar situs di daerah, bisa saling mengambil berita yang dianggap merepresentasikan atau berkaitan dengan daerahnya masing-masing, demikian pula berita yang sudah populer di daerah lain bisa diadaptasi menjadi berita di daerah lainnya (Sulistiyawan, wawancara : 2019).

---

<sup>2</sup> <https://www.tribunnews.com/about>, diakses pada 11 Juli 2019 pada pukul 18:52 WIB.

Meskipun masih merupakan anak perusahaan Kompas-Gramedia, Tribun tidak berusaha meniru tampilan dan cara memberita Harian Kompas. Mereka mempunyai positioning sendiri, dengan menyasar orang kebanyakan dan generasi X. Porsi berita kriminal, terlebih berita dengan menampilkan foto yang berdarah-darah, bukan santapan mereka untuk membuat berita. Jika ingin membahas kemewahan hidup seorang pejabat atau tokoh publik, Tribun memilih lebih detail dalam membahas barang-barang mewah yang dikoleksi orang tersebut. Karakter dasar dalam pemberitaan Tribun, yang dikembangkan berdasarkan tiga aspek penting yakni, pertama, merangkum apa yang terjadi (what happened). Kedua, merekam makna dan membaginya kepada publik (what does it means). Dan ketiga, (3) memberikan informasi pada publik apa yang harus dilakukan (what should I do). Aspek-aspek tersebut juga diterapkan dalam pemberitaan online-nya, dengan berita-berita yang terpisah tetapi masih terkait satu dengan yang lainnya<sup>3</sup>.

Redaksi juga mengenal jurnalisme khas Tribun yang senada dengan strategi mereka di dunia media cetak. Koran Tribun Jateng misalnya, yang juga merupakan bagian dari jaringan Tribun, memiliki panduan penulisan jurnalistik tersendiri yang berbeda dari panduan jurnalistik standar yang sudah diketahui selama ini. Peristiwa atau informasi yang berat dan memiliki problematika yang kompleks disajikan secara sederhana. Pemberitaan tidak hanya memberi tahu atau mengabarkan sesuatu semata tetapi dilengkapi dengan jalan keluar, solusi, dan arahan kepada pembaca. Berita juga harus cepat dan mudah dibaca serta menyenangkan untuk dibaca dengan menonjokan aspek menariknya. Satu hal yang menarik dan menjadi ciri khas koran Tribun Jateng adalah bentuk penulisan judul berita yang menggunakan nama orang. Selain bentuk penulisan yang khas koran Tribun juga menerapkan 3M (Multimedia, Multichannel dan Multiplatform) dalam strategi produknya. (Sa'diyah, 2014: 6-9).

Penulisan judul berita seperti ini merupakan dampak dari penggunaan konsep *Micro People* adalah tidak semata-mata memberitakan sebuah peristiwa tetapi juga cerita orang-orang di peristiwa tersebut. Jadi misalkan ada ledakan bom, jadi tidak

---

<sup>3</sup> <http://www.timur-angin.com/2018/05/sosok-penting-di-balik-melejitnya.html>, diakses pada Kamis 9 Mei 2019, pukul 19.49 WIB.

hanya peristiwanya tetapi juga cerita orang yang menjadi korban. Kesedihan keluarga bagaimana, anaknya siapa, bagaimana ceritanya. Konsepnya adalah tidak semata-mata mengeksploitasi peristiwa. Sedangkan *Muli Angle* adalah penerapannya di online itu mencoba memberitakan sesuatu itu bukan hanya peristiwanya saja tetapi apa di balik peristiwa itu. Kalau hanya peristiwanya sama dengan yang lainnya. Misalnya pesawat jatuh, jika menyampaikan what happen-nya pasti sama dengan yang lain. Setiap peristiwa di baliknya ada story behind the news dan inilah yang menjadi nilainya. Dilengkapi dengan analisis, dari pihak-pihak, pakar, akademisi dan praktisi yang memberikan satu pendapat menyangkut perihal tersebut (Putra, wawancara:2019).

Cara-cara ini kemudian memang berhasil menarik audien untuk membuka dan membaca berita Tribunnews, dibanding membuka dan membaca berita dari portal lainnya. Akibatnya, trafik yang mengunjungi portal yang baru berusia sembilan tahun ini naik. Dalam waktu seminggu (versi beta) sejak diluncurkan, Tribunnews yang awalnya berada di urutan 45.000 versi Alexa, berubah menjadi urutan ke 12.000 (website di Indonesia). Jumlah member Tribunnews di Facebook sudah mencapai angka 2.125 fans (Tribunnews, 2019). Kini situs pemberitaan berskala nasional tersebut kembali menempati pada urutan teratas situs penyedia analisis trafik kunjungan Alexa.com, setelah beberapa bulan yang lalu sempat turun ke peringkat kedua.

## 2.1 Tabel Peringkat Portal di Indonesia Berdasarkan Alexa.com<sup>4</sup>

SITUS	LAMA KUNJUNGAN PER PENGUNJUNG	JUMLAH HALAMAN YANG DIKUNJUNGI PER PENGUNJUNG	PRESENTASE PENCARIAN MELALUI MESIN PENCARI	TOTAL SITUS YANG TERHUBUNG
TRIBUNNEWS.COM	5:10	3.83	32.10%	39,452
GOOGLE.COM	8:14	10.75	0.60%	2,360,368
YOUTUBE.COM	8:42	5.01	11.00%	1,851,720
DETIK.COM	7:48	4.41	21.10%	58,938
OKEZONE.COM	1:26	1.69	3.60%	19,015
TOKOPEDIA.COM	5:50	5.05	20.20%	63,280
LIPUTAN6.COM	3:35	2.82	31.00%	21,678
SINDONEWS.COM	6:56	6.54	5.50%	5,153
KOMPAS.COM	7:17	2.61	31.90%	44,086
BUKALAPAK.COM	5:19	15.36	32.50%	41,591

Dari tabel, terlihat situs Tribunnews paling banyak dicari melalui mesin pencarian jika dibandingkan portal-portal lainnya di Indonesia, terutama situs penyaji berita yang bertengger pada peringkat 10 besar secara keseluruhan. Sebesar 32,10 persen pengunjung melakukan pencarian berita atau situs Tribunnews melalui mesin pencarian selama satu bulan ini. Sedangkan dari berapa lama setiap pengunjung menghabiskan waktu mengunjungi portal tersebut masih tergolong rendah, Tribunnews hanya lebih lama dikunjungi daripada dua situs berita lainnya, Liputan6.com dan Okezone.com. Demikian pula jumlah halaman yang dikunjungi oleh pengunjung masih tergolong rendah, tetapi masih lebih baik jika dibandingkan dengan Liputan6.com, Kompas.com dan Okezone.com.

Strategi yang digunakan oleh redaksi Tribunnews, ternyata terbukti efektif menaikkan traffic melalui pencarian dengan mesin pencari meski belum mampu menaikkan durasi kunjungan per visitor dan jumlah halaman yang dikunjungi oleh

<sup>4</sup> <https://www.alexa.com/topsites/countries/ID>, diakses pada 9 Mei 2019 pukul 17:11 WIB.

pengunjung dalam tiga bulan terakhir. Jika dilihat berdasarkan kategori berita online di Indonesia melalui situs Alexa.com per 9 Mei 2019, Tribunnews masih di bawah situs Detik.com yang berada pada peringkat teratas.

Kebijakan yang dilakukan oleh redaksi Tribunnews, memang terbukti bisa menaikkan pencarian berita atau situs berita tersebut melalui mesin pencari (Google). Suatu kebijakan tentu tidak lepas dari kritik yang dilayangkan oleh masyarakat, pengamat maupun peneliti dari lembaga pemerhati media. Tribunnews membantu dianggap memunggut remah-remah sensasionalisme demi mengais rating. Praktik yang dilakukan media tersebut, bisa mendatangkan kerugian yang lebih besar karena akan membuat publik gagal memahami peristiwa secara utuh.

Kritik lainnya dilayangkan masyarakat melalui akun twitter @clickunbait yang tidak hanya memerangi judul-judul clickbait di mana lazim digunakan tidak hanya Tribunnews tetapi juga media online lainnya untuk menarik pembaca. Pada saat peringatan Hari Pers Nasional, pada 9 Februari 2019 lalu, admin akun twitter tersebut mengunggah “Merayakan Hari Pers Nasional, Tribun grup adalah salah satu contoh betapa @dewanpers harus berani tegas pada grup media yang menggunakan judul misleading dan degrading” dilengkapi dengan screen shot berita dari Tribun-Timur.com yang merupakan jaringan Tribunnews, berjudul “Mengejutkan, Veronica Tan Ngaku Terus Dipaksa Ginian oleh Julianto Tio Walau Bukan Suami-Istri.” Akun ini juga pernah membeberkan kesalahan Tribunnews ketika salah mengutip status akun media sosial yang semula dikira milik sutradara kenamaan Dimas Djay. Akun Twitter yang dikira dimiliki Dimas Djay itu memberikan kritik terhadap Film Dimsum Martabak. Belakangan diketahui

sutradara Dimas Djay tidak pernah memiliki akun Twitter, sehingga pernyataan yang pernah dimuat itu tidak benar.

Semua strategi yang dilakukan media online tersebut di atas, untuk mengejar trafik yang akan ditawarkan kepada pengiklan untuk memperoleh penghasilan (revenue). Trafik adalah aktivitas pada satu halaman situs yang dihasilkan dari kunjungan pengguna internet dan aktivitas pengguna internet di halaman itu. Semakin banyak sebuah situs dikunjungi dan semakin banyak aktivitas yang dilakukan pengguna internet di laman-laman situs itu, maka trafik situs itu semakin tinggi. Trafik adalah keseluruhan aktivitas pembaca pada situs media online. General Manager Kompas.com Dhanang Radityo menjelaskan, termasuk di dalam trafik adalah *visit*, *unique visitor*, *page views*, dan *length of visit*. *Visit* adalah merupakan perkiraan untuk mengetahui berapa banyak kunjungan yang dilakukan terhadap sebuah website dalam rentang 30 menit. *Unique visitor* adalah kunjungan dalam satu bulan yang dilakukan oleh komputer dengan alamat IP dan *browser* yang sama. *Page views* adalah adalah perkiraan terhadap jumlah halaman yang dilihat oleh pengunjung. Sedang, *length of visit* adalah perkiraan berapa lama pengunjung mengunjungi pada sebuah situs. Pendeknya, semakin banyak orang mengunjungi sebuah situs berita dan berlama-lama di sana melakukan aktivitas “klik” maka itu adalah keuntungan media tersebut secara bisnis. Trafik itulah yang ditawarkan kepada pengiklan untuk memasang iklan. Lazimnya, menurut Dhanang, situs berita menggunakan mesin penghitung traffic seperti google analytics ([www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics)), comscore ([www.comscore.com](http://www.comscore.com)), atau effective

measure ([www.effectivemeasure.com](http://www.effectivemeasure.com)) sebagai mesin indikator traffic pada situsnya (Margianto&Asep, n.d: 29-30).

Pada titik inilah ruang redaksi bertemu dengan kepentingan bisnis media sebagai industri. Di ruang redaksi, trafik diperoleh sebagai hasil produksi berita yang dibuat wartawan. Berita-berita yang di-*klik* pembaca akan menghasilkan *page views*. Semakin banyak berita yang di-*klik* semakin besar *page views* yang diperoleh. Semakin besar *page views*, semakin besar potensi bisnis yang bisa diraih. Selanjutnya, sehubungan dengan *page views* ini, lazimnya, media-media online di Indonesia mempraktikkan gaya penulisan berita yang khas yaitu update berita sepotong-sepotong atau berita yang dipecah-pecah. Ada yang menyebut berita online adalah jurnalisme empat paragraf karena dalam satu berita isinya hanya empat paragraf. Ada argumentasi yang menyatakan, berita-berita yang sepotong-sepotong itu adalah sifat asli media online karena harus cepat dan merupakan rangkaian perkembangan atas suatu peristiwa. Tapi, dalam perspektif bisnis, berita yang sepotong-potong ini menguntungkan karena dapat melipatgandakan *page views*. Berita juga tidak pertama-tama mengenai soal penting, tapi menarik, atau setidaknya diberi judul yang menarik. Judul yang tidak menarik, tidak akan banyak menghasilkan klik (Margianto&Asep, n.d: 32).

## **2.2 Posisi Tribunnews di Situs Alexa dan Similiarweb**

Media nasional ini kerap menjadi buah bibir di kalangan masyarakat dan menerima kritikan dari kalangan pengamat media karena sering memberitakan dengan judul-judul sensasional, menguras emosi dengan judul clickbait. Media

online ini mengalami perkembangan yang signifikan sejak berdiri pada 2010, seperti sudah diutarakan pada bab sebelumnya. Portal Tribunnews beberapa kali menempati urutan paling atas di situs penghitung traffic dan pengunjung, alexa.com. Sempat menduduki peringkat pertama mengalahkan Google.com, kadang turun pada peringkat kedua tetapi masih mengalahkan Youtube.com dan Google.co.id untuk wilayah Indonesia serta masih memimpin dibandingkan media-media online lainnya.

Melihat situs alexa.com, posisi Tribunnews kembali bertahan pada urutan pertama, setelah beberapa bulan terakhir berada di peringkat kedua. Situs ini pada posisi menduduki peringkat 40 dunia, di mana naik 10 peringkat selama tiga bulan terakhir. Berdasarkan data yang dapat dibaca dari alexa.com, rata-rata pengunjung menghabiskan waktu selama 5 menit 10 detik, saat berselancar di situs ini. Pengunjung rata-rata membaca 3,83 halaman atau hampir empat halaman setiap visitornya.

Melihat lebih detil ke site info yang juga disediakan alexa.com, untuk melihat seberapa seringnya pengunjung terhubung dengan Tribunnews akan dapat dilihat setiap hari setiap pengunjung melihat 2,64 halaman atau hampir 3 halaman. Menurut Alexa, jumlah sebesar itu mengalami penurunan 6,05 persen dalam tiga bulan terakhir. Demikian pula durasi waktu yang dihabiskan pengunjung juga mengalami penurunan 8,00 persen dalam tiga bulan terakhir sehingga menjadi 4 menit : 21 detik. Bounce rate situs Tribunnews juga terhitung sangat tinggi hampir mencapai 50 persen atau tepatnya 49,70 persen. Bounce Rate adalah persentase

pengunjung yang meninggalkan web/blog setelah hanya membuka satu halaman saja.

Secara geografis pengunjung portal Tribunnews pada 23 April 2019, sebagian besar dari Indonesia, sebesar 85,3 persen. Kemudian disusul dari Singapura, sebesar 2,5 persen dan Amerika Serikat sebesar 2,3 persen. Data ini terdapat perubahan saat dilihat per 10 Mei 2019, di mana pengunjung dari Indonesia mengalami sedikit penurunan menjadi 84,1 persen tetapi justru pengunjung dari luar negeri, Jepang misalnya dari 1,9 persen menjadi 2,5 persen. Sisi lain pengunjung dari Amerika dan Belanda secara persentase sedikit mengalami penurunan tetapi jika dilihat dari ranking Tribunnews di kedua negara tersebut mengalami kenaikan.

### 2.2 Tabel Geografis Khalayak Tribunnews<sup>5</sup> per April

Negara	Persentase Visitor	Ranking
Indonesia	85,3%	2
Singapura	2,5%	27
Amerika Serikat	2,3%	1.974
Belanda	2,1%	341
Jepang	1,9%	3.451

### 2.3 Tabel Geografis Khalayak Tribunnews<sup>6</sup> per Mei

Negara	Persentase Visitor	Ranking
Indonesia	84,1%	1
Singapura	2,5%	22
Jepang	2,5%	2.775
Amerika Serikat	2,2%	1.661
Belanda	2,0%	301

<sup>5</sup>[https://www.alexacom/siteinfo/tribunnews.com?utm\\_expid=.NFDkwnQTSf2ZNn\\_fyyCLOQ.0&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.alexacom%2Ftopsites%2Fcountries%2FID](https://www.alexacom/siteinfo/tribunnews.com?utm_expid=.NFDkwnQTSf2ZNn_fyyCLOQ.0&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.alexacom%2Ftopsites%2Fcountries%2FID), diakses pada Selasa, 23 April 2019 pukul 15.42 WIB.

<sup>6</sup>[https://www.alexacom/siteinfo/tribunnews.com?utm\\_expid=.NFDkwnQTSf2ZNn\\_fyyCLOQ.0&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.alexacom%2Ftopsites%2Fcountries%2FID](https://www.alexacom/siteinfo/tribunnews.com?utm_expid=.NFDkwnQTSf2ZNn_fyyCLOQ.0&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.alexacom%2Ftopsites%2Fcountries%2FID), diakses pada Jumat, 10 Mei 2019 pukul 09.14 WIB.

Berbeda jika melihat dari situs similarweb.com pada 10 Mei 2019<sup>7</sup> yang juga menyediakan perangkat sama dengan alexa.com, portal Tribunnews berada pada peringkat 93 dunia, peringkat 4 Indonesia dan peringkat 13 untuk kategori portal news dan media. Situs berita nasional ini sudah dikunjungi lebih dari 447 juta pengunjung. Rata-rata pengunjung mengunjungi portal ini selama 5 menit 16 detik, setiap kunjungan paling tidak pengunjung membuka 4,14 halaman atau lebih dari 4 halaman. Sedangkan analisa visitor Tribunnews dari data yang dianalisis per April 2019 berdasarkan geografisnya, 95,06 persen dari Indonesia, kemudian 0,85 persen dari Malaysia, disusul 0,72 persen dari Amerika Serikat, lalu 0,52 persen dari Singapura dan 0,27 persen dari Jerman.

Jika dilihat dari sumber akses ke Tribunnews, rata-rata pengunjung memanfaatkan situs mesin pencarian di mana sebesar 81,65 persen. Sebanyak 10,78 persen pengunjung secara langsung mengunjungi portal berita nasional, sedangkan melalui media sosial sebesar 6,04 persen, lalu dari rujukan sebesar 0,76 persen dan dari email sebesar 0,50 persen. Pengunjung yang mengakses Tribunnews melalui media sosial, sebesar 57,25 persen di antaranya melalui Facebook, kemudian disusul 22,88 persen melalui Youtube, sebesar 10,09 persen melalui Twitter, 6,95 persen melalui aplikasi WhatsApp versi web dan sebesar 1,84 persen melalui Instagram.

---

<sup>7</sup> <https://www.similarweb.com/website/tribunnews.com>, diakses pada Jumat, 10 Mei 2019 pukul 09.32 WIB.