ABSTRAK

ANALISIS *POSITIONING* BERDASARKAN *E-SERVQUAL* PADA MEDIA MASSA *ONLINE* DI INDONESIA

(Studi Kasus: Detik.com, Liputan6.com, Kompas.com, Okezone.com)

Perkembangan internet saat ini berdampak pada segala aspek, tak terkecuali kepada industri media massa, yakni ditandai dengan banyaknya muncul media massa *online* di Indonesia, diantaranya Detik.com, Liputan6.com, Kompas.com, Okezone.com. Masyarakat yang dulu hanya mengkonsumsi berita terkini melalui media cetak seperti koran, majalah dan media elektronik seperti televisi, radio, namun sekarang bisa mengakses berita dengan cepat, kapan dan dimana saja dari media massa *online* tersebut hanya dengan perangkat *mobile* mereka seperti *smartphone*, tablet, dll. Oleh karena itu para media massa *online* berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pembacanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *positioning* dari keempat media massa *online* yaitu Detik.com, Liputan6.com, Kompas.com, Okezone.com berdasarkan *e-servqual*. Adapun atribut dalam penelitian ini berdasarkan dari penelitian sebelumnya, yaitu *informational fit-to task, tailored communication, visual appeal, innovativeness, emotional appeal, ease of use, trust, consistent image, response time*, dan *relative advantage.*

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para pembaca yang mengetahui dan pernah mengakses keempat media massa *online* dengan sampel sebanyak 400 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Multidimensional Scaling* (MDS) pada SPSS 20 dan menghasilkan *perceptual map* yang menggambarkan *positioning* dari keempat media massa *online*.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa Kompas.com telah diposisikan dengan baik oleh para pembaca dengan mengungguli sembilan dari sepuluh atribut *e-servqual* terkecuali atribut *response time* yang diungguli oleh Liputan6.com. Sedangkan untuk Detik.com dan Okezone.com belum terposisikan dengan baik dibenak para pembaca karena belum bisa mengungguli kesepuluh atribut *e-servqual*.

Penelitian ini menyarankan agar Kompas.com dan Liputan6.com dapat mempertahankan keunggulan yang sudah dimilikinya agar tetap terposisikan dengan baik di benak para pembaca. Sedangkan untuk Detik.com dan Okezone.com perlu lebih bekerja keras lagi untuk mendapat persepi dan posisi yang lebih baik dari para pembaca. minimal pada satu atribut baik itu dengan cara melakukan inovasi pada tampilan *website* agar lebih menarik, menampilkan konten yang tidak kaku agar lebih mudah dicerna oleh para pembaca, serta melakukan lebih banyak promosi melalui iklan.

Kata Kunci: *Positioning*, MDS, Media Massa *Online*, *E-Servqual*