

BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 Perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) sempat menjadi *headline* media-media di Indonesia. Beberapa membahas langkah konkrit Indonesia dalam memasuki Masyarakat Ekonomi Asean. Mengenai kesiapan Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi Asean, Ketua LP3E Kadin, Didik J Rachbini mengatakan :

“Negatifnya, jika kita kalah bersaing, produk dan jasa kita tidak laku dan itu akan membuat pengangguran bertambah. Begitu juta dari sisi kependudukan, kita sudah mendapat bonus demografi. Jika dimanfaatkan dengan baik bisa menjadi mesin pertumbuhan. Jika tidak, maka akan menjadi bencana kependudukan.”

(<http://fokus.news.viva.co.id/news/read/717506-selamat-datang-di-palagan-mea-rakyat-indonesia/2>) 10/10/16 14:27

Dilihat dari sisi demografi sumber daya manusianya, Indonesia merupakan salah satu negara yang produktif. Dari faktor usia, sebagian besar penduduk Indonesia atau sekitar 70% nya merupakan usia produktif. Jika kita lihat pada sisi ketenagakerjaan, Indonesia memiliki 110 juta tenaga kerja (data BPS, tahun 2007). Permasalahannya adalah bagaimana memberdayakan tenaga kerja sejumlah 110 juta itu secara baik. Dari segi kemampuan pun pemerintah harus berputar otak supaya para tenaga kerja Indonesia bisa bersaing di MEA.

Dalam pemilu terakhir pada tahun 2014, kedua pasang capres cawapres melalui visi misi yang salah satu didalamnya mengenai dukungan ke pelaku industri kreatif. Bukan tanpa alasan pemberian dukungan kepada pelaku industri kreatif menjadi program kerja dalam berkampanye, hal ini dikarenakan beberapa tahun belakangan bermunculan usaha-usaha baru yang berstatus UKM (Usaha Kecil Menengah). UKM yang dulunya kita kenal dengan usaha kecil sederhana, ternyata sekarang bertransformasi menjadi lebih modern seiring majunya teknologi informasi dan komunikasi. Pemanfaatan teknologi mampu mengurangi keterbatasan dalam membangun jaringan yang lebih luas. Didukung dengan proses kreatif yang dihasilkan melalui ide memunculkan peluang usaha bagi individu maupun kelompok.

Industri kreatif tidak terbatas pada eksploitasi sumber daya alam saja, nyatanya diperlukan sumber daya manusia yang bersifat membangun. Kreativitas akan mendorong inovasi dan menciptakan nilai tambah lebih tinggi. Industri kreatif berpotensi meningkatkan pendapatan negara sekaligus menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. Perekonomian nasional yang mulanya didominasi oleh konsumsi sedikit demi sedikit bergeser ke arah produksi, dengan dukungan industri kreatif yang bersumber pada kekayaan intelektual.

Definisi Industri Kreatif di Indonesia seperti yang tertulis dalam Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2009 - 2015 (2008 : 4) adalah :

“Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.”

Industri kreatif memerlukan akses untuk berkembang cepat, serta manajemen dan strategi yang tepat. Bekraf sebuah lembaga non-kementrian yang dibentuk melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 6 tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. (<http://www.bekraf.go.id/profil>). Peran serta melakukan pembinaan UKM untuk menggunakan dan memanfaatkan media digital oleh Bekraf diharapkan agar pasar produk ekonomi kreatif Indonesia akan meningkat.

Indonesia akan menjadi pasar digital terbesar di Asia Tenggara tahun 2020, sebuah prediksi yang tidak tercetus tanpa alasan. Pernyataan ini dihasilkan dalam *World Economic Forum 2015*, dan juga akan diprediksi menempati peringkat ke-8 ekonomi dunia, dengan pengguna internet mencapai 140 juta. Oleh karena itu, peranan penduduk atau sumber daya manusia dalam merealisasikan prediksi tersebut perlu didukung oleh pemerintah melalui kebijakan ekonomi kreatifnya. Peluang akan tumbuhnya lahan pekerjaan dari hal yang baru pun semakin besar.

Populasi produktif yang mendominasi saat ini memiliki pola perilaku dengan kecenderungan berteknologi tinggi, serba digital atau online, dan tentu memiliki kreatifitas tinggi. Khalayak luas lebih memilih beraktivitas, bertransaksi, mengakses berita, dan yang sebagainya melalui media hasil perkembangan teknologi tersebut. Semakin banyak pengguna platform

online, maka membuat persaingan pembuatan platform online sendiri semakin ramai, dan akan terus bermunculan hasil olahan sumber daya manusia yang berupa platform berbasis online dalam memenuhi kebutuhan khalayak.

Dahulu informasi baik itu ilmu dan kabar berita hanya bisa didapat melalui komunikasi antar sesama. Berkembang ke era media komunikasi tradisional dan sekarang menjadi peran media baru. Pada tahun 2011 terdapat banyak pengguna *smartphone* di Indonesia. *Smartphone* merupakan sebuah perangkat yang memungkinkan untuk melakukan komunikasi seperti menelepon atau berkirim pesan singkat, yang juga di dalamnya terdapat fungsi *PDA (Personal Digital Assistant)* dan berkemampuan seperti layaknya komputer.

Magnus Ekbohm, CEO Lazada Indonesia mengatakan bahwa Indonesia adalah salah satu negara yang benar-benar mencintai perangkat mobile. Berdasarkan data yang diperolehnya, persentase orang dewasa di Indonesia yang memiliki *smartphone* mencapai 43 persen dibandingkan 15 persen untuk pemilik perangkat laptop dan komputer pribadi. (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160222155236-213-112610/pengguna-internet-indonesia-tumbuh-berkat-smartphone/>)

Tahun 2011 sampai 2012 jumlah penjualan *smartphone* tumbuh sekitar 35% dengan ponsel *Android* (perangkat dengan system operasi paling populer) mendominasi pasar. Orang-orang Indonesia lebih lama saat mengakses media sosial, ketimbang menonton televisi. Berdasarkan prediksi

Lazada, pangsa pasar ponsel fitur (yang hanya digunakan untuk telekomunikasi dasar telepon dan sms) pun terus tergerus dengan kehadiran *smartphone*. "Jika dibandingkan dengan *feature phone*, tahun 2010 pangsa pasar *smartphone* hanya 16 persen. Tahun 2015 meningkat menjadi 65 persen. Berikutnya, tahun 2020, 96 persen ponsel yang terjual adalah *smartphone*," harap Magnus. Tumbuhnya kelas menengah di Indonesia yang didominasi oleh kaum muda yang sangat aktif dengan layanan data Facebook, Twitter, Path, Instagram, Blogging, dan lain-lain. (<http://www.marketing.co.id/kompetisi-di-bisnis-data-makin-panas/>)

2.1.1 Tumbuhnya bisnis berbasis digital (*startup*).

Pada tahun 2010 dikatakan sebagai titik awal para pegiat dunia bisnis digital di Indonesia untuk menarik perhatian investor *startup*. Dunia digital menjadi industri yang kompetitif dan inovatif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. SparxUp Awards diinisiasi DailySocial, Semut Api Colony dan Kompas.com berdasarkan pergerakan situasi digital Indonesia. SparxUp Awards melibatkan para inovator internet di Indonesia, sehingga mereka akan lebih termotivasi untuk mengembangkan idenya menjadi hal konkrit dan menjadi wadah komunitas digital *startup*.

SparxUp Awards 2010 diikuti 345 peserta lalu dikerucutkan menjadi 128 peserta, lalu bermuara pada terpilihnya pemenang dari 8 kategori yang dikompetisikan yakni *Best Social Network*, *Best Use of Technology*, *Best Portal*, *Best e-Commerce*, *Best User Generated*

Content, Best Games, Best Mobile Application dan *Best Wap*. Para pemenang berkesempatan besar untuk mengembangkan bisnis di dunia digital, karena hadiah berupa uang tunai Rp 200 juta untuk dua pemenang utama. Disadur dari Kompas.com dengan judul "SparxUp Perkuat Ekosistem Digital di Indonesia", <http://nasional.kompas.com/read/2010/11/05/1719085/sparxup.perkuat.ekosistem.digital.di.indonesia>.

Awalnya dunia *startup* tidak begitu dilirik dan menjanjikan, ibarat memulai sebuah bisnis baru yang belum familiar di masyarakat. Kemunculan *startup* bisa tentu bisa membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat, semisal GoJek. Keberadaan Gojek saat ini ibarat fatamorgana di gurun tandus, menjadi lapangan pekerjaan baru bagi ribuan orang. *Driver online* semakin diminati masyarakat yang hanya mempunyai mata pencaharian sebagai *driver*, maupun kegiatan untuk pekerjaan sampingan. Tidak jarang, mereka yang masih mahasiswa atau bekerja di tempat lain, memiliki penghasilan tambahan sebagai *driver* ojek online.

Startup adalah perusahaan yang terus berkembang dan berinovasi, jadi tak heran jika ada *startup* yang merambah ke berbagai sektor dan jasa. Ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan kualitas ekonomi nasional. Lapangan pekerjaan sangat terbuka luas dari adanya *startup* yang semakin menjamur dan berkembang di berbagai sektor masyarakat.

2.1.2 Pertumbuhan industri kreatif dan pemanfaatan media online.

Karakteristik generasi sekarang lebih memilih pekerjaan kreatif, fleksibel, dan berpotensi pada pengembangan diri. Pandangan generasi ini lebih menjanjikan apabila melihat mereka akan tumbuh menjadi seorang enterpreneur atau bidang-bidang kreatif yang cukup menyenangkan bagi mereka.

Bagi generasi sebelumnya, mempunyai status bekerja di sebuah perusahaan, lalu mengandalkan finansial dari perusahaan mungkin menjadi capaian yang diutamakan. Nampaknya berbeda dengan generasi sekarang yang sangat cepat menyerap informasi, cepat untuk belajar, dan menuntut cepat juga untuk mengrealisasikan ide, inovasi, serta kreativitas. Untuk itu, pilihan membuat perusahaan atau bidang bisnis sendiri adalah hal yang lebih menantang bagi generasi sekarang ditambah begitu banyak support platform digital untuk mereka optimalkan.

Dengan berbekal media sosial seperti instagram, facebook, twitter, youtube dengan mudah seseorang untuk dapat mempromosikan produk yang mereka tawarkan. Saling terkoneksi satu sama lain menjadikannya kunci untuk memperoleh peluang memulai bisnis di media sosial. Bahkan tidak jarang pelajar saat ini memiliki akun instagram dan mempromosikan produk melalui akun media sosial yang beragam tersebut.

Industri kreatif yang bernilai tradisional dalam cakupan lokal misalnya seperti batik, makanan tradisional, kerajinan tangan sekarang juga menggunakan media sosial untuk aktivitas promosi demi menunjang penjualan mereka. Selain itu muncul desain kreatif untuk logo dan branding, event, publikasi dan lainnya yang sekarang dimanfaatkan untuk lahan bisnis baru yang menjanjikan dan sangat diminati oleh generasi saat ini.

2.1.3 Pekerjaan bukan prioritas, melainkan aktualisasi diri.

Karakteristik pekerja saat ini didominasi oleh pekerja yang lebih loyal pada sebuah merk tertentu ketimbang pada sebuah perusahaan. Menurut Sociolab, mayoritas pekerja sekarang tidak suka bertahan pada perusahaan yang tidak dinamis dimana tidak menjanjikan perkembangan yang cepat. Mereka suka dengan gaji yang tinggi, jam kerja yang fleksibel, dan menuntut perkembangan karir dalam waktu cepat. Oleh karena itu, tak jarang ditemukan kasus karyawan yang meninggalkan pekerjaan di perusahaan mereka hanya dalam waktu kurang dari 1 tahun.

Hal ini dilakukan karena generasi sekarang adalah generasi yang cukup cerdas, kreatif, dan mudah untuk mengelola informasi, sehingga mereka dengan mudah berganti pekerjaan bahkan cenderung memilih pekerjaan yang memiliki fleksibilitas lebih bebas, berada di bidang kreatif, dan memberikan jaminan pengembangan diri. Akhirnya, pekerjaan sebagai *freelancer* adalah pekerjaan yang cukup banyak

diminati oleh beberapa lulusan sarjana sekalipun maupun yang masih menjalani studi.

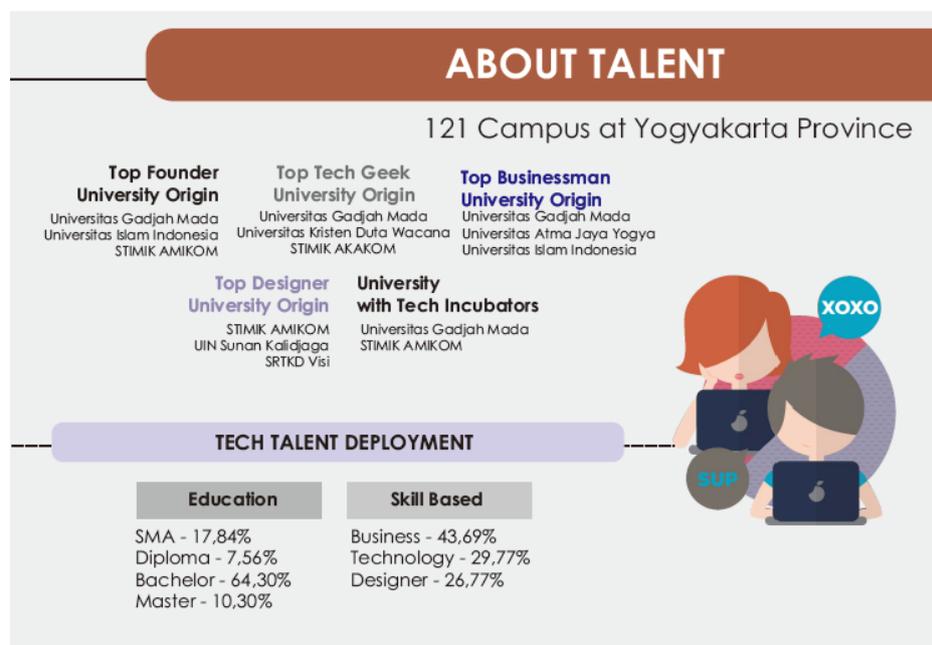
Bila dilihat fenomena akhir-akhir ini muncul beberapa profesi yang bisa dibidang hanya memaksimalkan bakat, hobi, serta keseriusan menjalani hal yang baru. Istilah *blogger* lebih pertama muncul ketimbang *vlogger*, *buzzer*, maupun *youtuber*. Karena blog merupakan media sosial yang lengkap dari sisi konten dan informasinya, sementara orang akan mengenal *vlogger* dan *youtuber* lebih kepada fungsi entertainnya. Pendapatan yang bersaing dengan pekerjaan menjadi karyawan perusahaan, waktu yang lebih fleksibel, dan kebebasan mengekspresikan diri membuat profesi ini semakin populer untuk generasi sekarang.

Berbagai macam bidang profesi sebagai *blogger*, *buzzer*, *youtuber*, dan *vlogger* seperti *fashion*, *beauty*, *healthy*, dan *lifestyle*. Bila membicarakan profesi tersebut diatas maka tidak bisa dikesampingkan juga pekerjaan pendukung yang termasuk baru seperti penulis, *visual designer*, dan *social media administrator*. Anak muda zaman sekarang cukup banyak tertarik untuk bekerja dalam bidang-bidang tersebut, sehingga walaupun mereka tidak terikat oleh perusahaan, mereka masih bisa menghasilkan uang lewat keahlian atau kreativitas yang dimiliki.

Seharusnya bagi mereka yang melek teknologi dan memiliki kemampuan tidak perlu ada kekhawatiran baginya untuk bisa

mendapatkan pekerjaan dan penghasilan. Sekarang ini bekerja sebagai *freelancer* sudah cukup menjanjikan, ditambah lagi banyak platform online atau digital yang khusus membuka portal untuk para *freelancer* mendapatkan penghasilan. Sribulancer, projects.co, dan lainnya menjadi tempat untuk berkarya dan menghasilkan pendapatan.

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang mempunyai ekosistem *startup* yang memadai. Ekosistem disini berarti fasilitas, sumber daya, serta perkembangan perusahaan rintisan itu sendiri. Terkenal dengan sebutan kota pelajar, Yogyakarta memiliki lebih dari 30.000 mahasiswa dan 374 sekolah setara menengah atas (data Badan Pusat Statistik DIY). Selain itu, kota yang juga menjadi destinasi favorit wisata ini memiliki pergerakan industri kreatif yang positif.

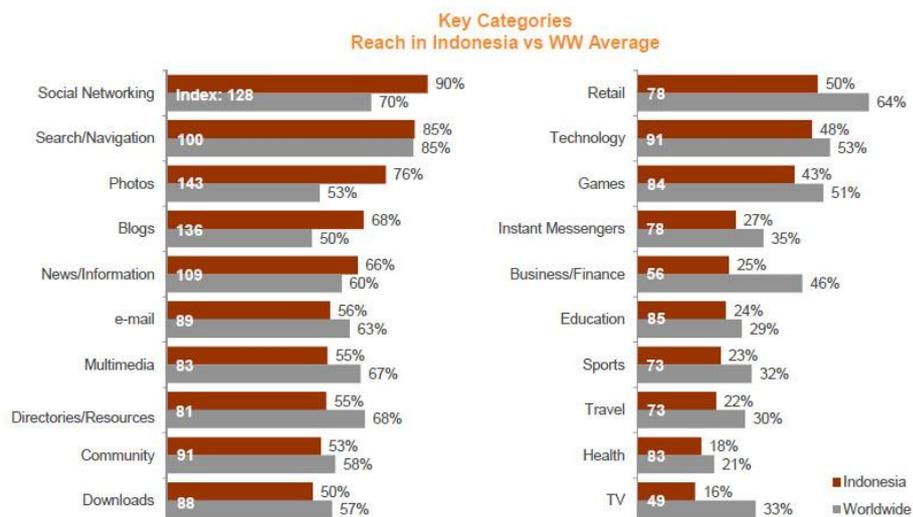


Gambar 2. Sumber Daya di Yogyakarta
Sumber : ADITIF (Asosiasi Digital Kreatif) 2017

Menurut data yang dirilis tim riset JDV (Jogja Digital Valey) jumlah startup di Yogyakarta mencapai 190 unit bisnis di tahun 2014. Industri kreatif digital menjadi sebuah tren bisnis disaat perkembangan teknologi berdampak pada peluang usaha. Penetrasi internet dan penggunaa gadget yang terus bertumbuh membuat produk digital memiliki prospek cerah kedepannya. JDV merupakan salah satu inkubator bisnis yang diselenggarakan oleh Telkom dan Mikti (Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi).

2.2 Peluang startup media.

Dunia digital menjadi industri yang tampil kompetitif dan inovatif. Peranannya menjadi penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Media menjadi salah satu produk yang terdampak sangat besar oleh pesatnya perkembangan teknologi. Perangkat komunikasi semakin beragam dan canggih berandil besar dalam perubahan distribusi informasi.

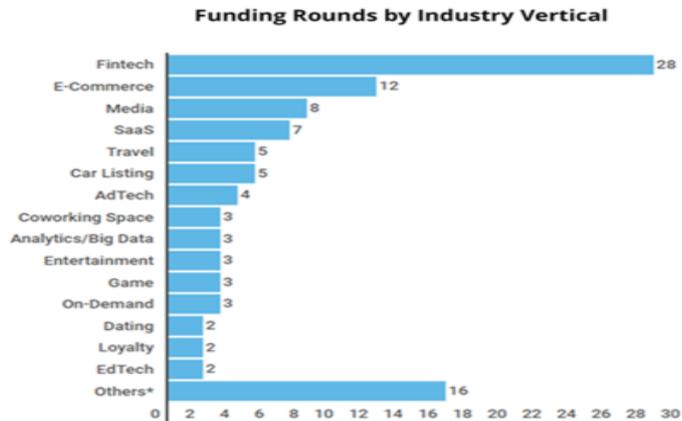


Gambar 3. Kategori-kategori utama untuk penggunaan Internet di Indonesia pada tahun 2010

(sumber : <https://teknojurnal.com/perkembangan-internet-di-indonesia-pada-tahun-2010/>) data diambil dari riset *comscore*.

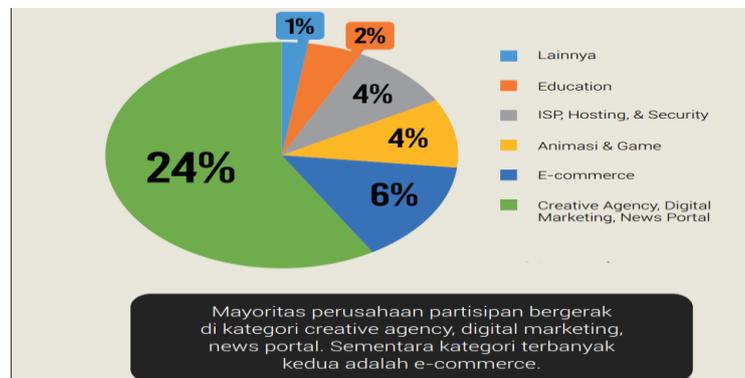
Dari gambar diatas ditemukan beberapa poin yang menarik tentang karakteristik pengguna internet di Indonesia (data *comscore*). *ComScore* adalah sebuah perusahaan teknologi internet terkemuka yang mengukur apa yang orang lakukan dalam menavigasi dunia digital. Metode yang digunakan adalah *Unified Digital Measurement*, yakni dengan penghitungan kunjungan situs dan membantu bisnis memahami dan mengukur kualitas audiensnya. Dari pemaparan data diatas ditemukan beberapa kategori penggunaan internet dalam negeri yang melampaui rata-rata penggunaan internet secara global. Kategori yang dimaksud ialah penggunaan jejaring sosial, blogging, dan portal berita atau informasi. Dari data tersebut menandakan bahwa mayoritas khalayak di Indonesia lebih condong menggunakan internet pada kategori yang telah disebutkan sebelumnya.

DailySocial merilis *startup report* yang membahas fenomena yang terjadi selama satu tahun terakhir di Indonesia. Sebagai perusahaan rintisan, mendapatkan investasi merupakan suatu pencapaian tersendiri. Hal tersebut menandakan usaha yang dikembangkan mempunyai prospek yang baik. Investor juga mengkaji hal-hal terkait peluang dengan riset pasar yang lebih mendalam. Gambar dibawah menunjukkan berbagai macam vertikal *startup*, mulai dari yang paling diminati yaitu kategori *fintech* (*financial technology*), *e-commerce* (transaksi elektronik), media, *SaaS* (layanan jasa), dst. Maka tak heran jika saat ini banyak bermunculan perusahaan rintisan yang bergelut dalam vertikal *startup* teratas.



Gambar 4. *Startup* vertikal yang mendapatkan pendanaan.
Sumber : DailySocial annual *startup* report 2017.

Jakpat bersama Aditif merilis tentang kajian industri kreatif digital Yogyakarta 2017, dibantu oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Daerah Yogyakarta. Riset ini mengkaji mengenai perkembangan industri yang beroperasi di Yogyakarta, khususnya industri kreatif digital. Dari 86 partisipan yang disurvei, ditemukan sebagian besar pelaku menggeluti bidang Creative Agency, Digital Marketing, serta News Portal. Dikuti *platform e-commerce* di peringkat kedua dan bidang lainnya mempunyai jumlah yang hampir mendekati.



Gambar 5. Bidang yang disasar oleh *startup* di Yogyakarta
Sumber : Kajian Industri Kreatif Digital Yogyakarta 2017

2.3 Ngonoo Media Network sebagai *Startup*.

2.3.1 Internet menciptakan media online.

Semakin majunya peradaban maka cara manusia melakukan aktivitas pun berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi. Gambaran yang terjadi saat ini ialah perangkat komunikasi analog mulai beralih menjadi digital. Awal mula penyampaian pesan bersifat lokal, sekarang berkembang dan dapat mencakup area global. Fenomena ini membuat perangkat komunikasi menjadi suatu kebutuhan manusia untuk terhubung secara luas pada waktu yang sama.

Komunikasi yang terjadi membutuhkan media berupa perangkat keras komputerisasi. CMC (*Computer-Mediated Communication*) merupakan penggunaan alat berupa perangkat dengan komputasi untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih. Penggunaan perangkat komputasi tersebut juga membutuhkan program dan aplikasi. Yang terjadi sekarang ialah hampir semua orang mempunyai perangkat yang bisa digunakan secara *mobile*, sering kita sebut sebagai *gadget*. Namun, menggunakan gadget saja tidak cukup, gadget memerlukan infrastruktur berupa internet untuk saling terkoneksi. Maka yang diperlukan partisipan CMC dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen, yaitu *gadget* dan jaringan internet.

Levy (dalam Severin & Tankard Jr, 2008: 6) mendefinisikan internet sebagai saluran komunikasi tak terbatas, pembangun

komunikasi, iklan elektronik, dan interaksi yang sangat kompleks yang mengaburkan batas antara penyedia dan konsumen. Tiga fitur utama internet adalah email (surat elektronik), newsgroups dan mailing list, dan *World Wide Web*.

Fasilitas penelusuran pada *WorldWideWeb* sekarang ini diketahui berfungsi sebagai perpustakaan global yang berorientasi untuk kepentingan publik. Data informasi dalam fasilitas tersebut ibarat sebuah perpustakaan lengkap yang berisi informasi variatif. Fasilitas yang terdapat dalam internet ini bisa menjadi medium komunikasi. Internet sebagai media baru digagas Marshall McLuhan, "*the medium is the message*" dapat diaplikasikan pada internet atau pada bentuk khusus *world wide web*, seperti situs-situs berita online (Tremayne dalam Severin & Tankard Jr, 2008 : 458). Marshal McLuhan menyebut *new media* untuk menggambarkan teknologi komunikasi seperti alat untuk memperoleh informasi dan jangkauan global.

2.3.2 *Startup* Media.

Meskipun definisi *startup* media masih sulit diketemukan, namun kedua kata tersebut mempunyai makna masing-masing yang jika diartikan satu persatu. Seperti yang sudah diketahui, *startup* menurut Eric Ries adalah perusahaan rintisan yang baru berdiri, dan mempunyai kriteria tertentu seperti jumlah karyawan dan omset. Sementara menurut Wilbur Schram, media adalah teknologi yang digunakan untuk membawa pesan.

Startup media berarti sebuah perusahaan yang mempunyai fungsi sebagai penyampai pesan. Pesan dapat berupa informasi dalam konteks komunikasi, tentu erat kaitannya dengan karya jurnalistik (berita, artikel, maupun feature). Penggunaan istilah *startup* media sudah banyak dijumpai di beberapa artikel dan laporan, seperti di dalam *Startup Report 2017* yang dirangkum oleh DailySocial, serta Kajian Industri Kreatif Digital Yogyakarta 2017.

Yang perlu diketahui adalah *startup* itu merupakan perusahaan yang terus berkembang dan masih mencari bentuk bisnis (business model) yang akan dikembangkan secara terus-menerus. Untuk saat ini regulasi untuk mendirikan *startup* media masih menjadi persoalan, dan pada akhir tahun kemarin AMSI (Asosiasi Media Siber Indonesia) menginisiasi hal tersebut. Ketua Presidium AMSI Wenseslaus Manggut dalam menyoroti media digital harus bersikap prudent di dua sisi, yakni sisi regulasi industrial dan sisi regulasi jurnalisme mengatakan :

“Hakikatnya dia (media) *startup*. Jadi teman-teman bisa bikin perusahaan sendiri, bisa bikin *startup* sendiri, bisa bikin perusahaan media sendiri, asalkan secara regulasi prudent dari sisi industri dan sisi content-nya ada.

Jadi jangan terlalu dipikirkan kita ini karyawan, kita adalah pekerja. Kita bisa mendirikan perusahaan itu, yang terjadi dalam itu banyak terjadi peserta yang hadir bukan hanya pemred. Tapi dia pemilik medianya, kalau dari daerah temen-temen tahu, itu banyak sekali mereka yang pemilik media itu sendiri dan dia adalah wartawan”

Sumber : <https://news.detik.com/berita/d-3609385/amsi-banyak-startup-media-saat-ini-dengan-modal-bambu-runcing>

Startup media menjadi perusahaan rintisan yang memiliki resiko kecil untuk mengalami kerugian, karena untuk memulainya cukup menggunakan sumber daya jaringan internet. Metode *bootstrap* juga masih menjadi favorit para pelaku usaha. *Bootstrap* sendiri adalah menggunakan uang milik pribadi untuk mengembangkan produk sebelum menghasilkan profit. Selain itu, tanpa memiliki kantor fisik pun masih dapat menjalankan aktivitasnya. Tidak mengherankan jika sebagian besar perusahaan rintisan yang berkembang di Yogyakarta adalah *startup* media yang mempunyai layanan Creative Agency, Digital Marketing, serta News Portal.

2.3.3 Ngonoo.com sebagai *startup* media.

a. Profil Ngonoo.com

Pada tahun 2011 Ngonoo Media Network didirikan oleh komunitas CSS. Komunitas ini acapkali menggunakan Warung Jogja Tempoe Doeloe sebagai basecamp untuk mengadakan kopdar di akhir pekan. Ngonoo Media Network sebagai salah satu perusahaan rintisan Yogyakarta memiliki kantor pertama kali di Jalan Babaran Gg. Menur No. 664A. *Startup* ini diproyeksikan membentuk satu model bisnis menggunakan media online, dan *digital agency*.



Gambar 6. (6 foto) Suasana dan beberapa aktivitas tim di Ngonoo Media HQ
Jalan Plumbon.

Sumber : internet, dan dokumentasi Ngonoo.com

Ngonoo.com lahir pada tanggal 29 November 2011 dan didaftarkan pada alamat <http://ngonoo.com> oleh Ngonoo Media Network. Ngonoo.com awalnya didirikan sebagai portal informasi teknologi, dan gadget, dengan *tagline* “*belajar tak pernah semudah ini*”. Sampai saat ini, Ngonoo.com masih menjalankan aktivitasnya memproduksi konten-konten teknologi. Tidak seperti awalnya,

sekarang Ngonoo.com lebih fokus dalam mengulas *gadget* dan aplikasi.

Proses rebranding Ngonoo.com memfokuskan ke portal *gadget* dan aplikasi bermula pada tahun 2014. Setelah sebelumnya diadakan pergantian CEO, dan juga tampilan atau layout web portal. Pergantian *tagline* “*situs anti kudet*”, dibarengi dengan berbagai macam *giveaway*. Kerjasama turut dilakukan bersama pihak eksternal, dan salah satunya terjalin kesepakatan dengan Maliome Hackerspace. Kesepakatan ini membuat Ngonoo Media Network memiliki kantor di *coworking space*, bersama beberapa *startup* lain seperti Pilamo, Mobiggr, Sepetak, Listeno, dll. Maliome beralamatkan di Jl. Kyai Mojo No.73, Tegaltrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55244.

Pada tahun 2014 terjalin kerjasama dengan Irwan Kartadipura, CEO Mobigger dan Co-Founder IndoCPA. Kang Irwan mendirikan *coworking space* bernama Maliome Hackerspace di jalan Godean. Hasil kerjasama ini membuat Ngonoo dapat memanfaatkan fasilitas Maliome sebagai *offline office*. Maliome merupakan tempat representatif untuk aktivitas berbagai ekosistem *startup* untuk berkembang.



Gambar 7. (2 Foto) *Coworking Space* Maliome Hackerspace di jalan Godean.
Sumber : koleksi maliome

Selain Ngonoo, beberapa *startup* asal Jogjakarta seperti Pilamo, Listeno, IndoCPA, Mobiggr, Ehloo, dan Sepetak juga bergabung menjadi bagian dari Maliome Hackerspace. *Startup* tersebut mengerjakan segala aktivitasnya secara bersama-sama di *coworking space*. Selain itu, CTO Maliome juga menawarkan *scalling* kepada *startup* yang tergabung. Ngonoo yang kala itu sedang mengembangkan *startup*nya ke arah yang lebih profesional pun menerima pendanaan. Kerjasama mengenai *founding* (pendanaan) ini perlu diawali sebelumnya dengan pengajuan proposal, dikarenakan hubungan kerjasama antara Ngonoo dan Maliome Hackerspace adalah *shipfounder*, maka tidak ada kewajiban Maliome memberikan pendanaan secara rutin atau reguler.

Ngonoo.com saat ini sudah memiliki jumlah lebih dari 9000 post artikel dari berbagai macam rubrik konten. Ini membuat brand Ngonoo.com yang sudah diperhitungkan, dan beberapa kali ada di daftar media yang mengulas *startup*, baik dalam maupun luar negeri.



Gambar 8. (4 Foto) Tim Ngonoo Media Network bisa mengadakan *meeting* dan bekerja di Maliome
Sumber : gallery maliome hackerspace

b. Visi dan Misi Ngonoo.com

Visi Ngonoo.com adalah menjadi *startup* media yang informatif dan memberdayakan manusia memanfaatkan potensi teknologi. Seperti Mashable yang sukses mendobrak dunia menjadi portal teknologi dan gaya hidup, dengan nilai valuasi yang fantastis untuk sebuah media online. Hal yang perlu ditekankan adalah ketika setiap orang mempunyai *gadget*, tidak hanya sebatas untuk

keperluan alat komunikasi namun *gadget* juga dapat menunjang produktivitas hidup dengan memanfaatkannya secara benar dan efisien.

Sementara itu, Ngonoo Media Network sebagai salah satu *startup* media yang sudah berumur panjang mempunyai misi antara lain sebagai berikut :

1. Mensejahterakan kelompok bisnis, anggota tim serta pihak yang terkait,
2. Secara bertahap menaikkan nilai valuasi Ngonoo.com dengan produktifitas yang meningkat,
3. Mendapatkan pendanaan dari beberapa investor akan lebih baik.

c. Logo Ngonoo.com



Gambar 9. Logo *startup* Ngonoo.com
Sumber : internet dan dokumentasi ngonoo.com

Logo dapat dengan mudah diasosiasikan dengan gambar seekor hewan, yaitu burung hantu. Lebih seksama dalam mengidentifikasi, logo tersebut disusun oleh karakter-karakter non teks (simbol) yang diketik dan diposisikan sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah icon. Icon burung hantu mempunyai filosofi sebagai berikut :

1. Konsistensi

Seekor burung hantu hanya mempunyai satu pasangan dalam setiap hidupnya, dan makhluk nocturnal ini pun tidak banyak bertingkah. Hal ini mengajarkan akan konsisten dalam satu komitmen, sehingga diharapkan Ngonoo.com bisa konsisten menyebarkan informasi teknologi dan gadget.

2. Tepat sasaran

Dengan indera penglihatan yang unik, serta pendengaran yang tajam burung hantu menjadi hewan yang efisien dalam menyerang mangsa. Penglihatan diatas rata-rata yaitu kemampuan menggunakan tangkapan visual dua matanya secara empat dimensi, dan kemampuan memutar kepala 270 derajat memberikan gambaran sekitar memberikan ketepatan dalam mengamati sasaran.

3. Pengetahuan

Burung hantu menjadi lambing akan ilmu pengetahuan dalam filosofi Yunani kuno. Pada masa itu Dewi Minerva, yaitu dewi pengetahuan menjadikan burung hantu sebagai peliharaannya. Pengetahuan baru datang dikala ada kegelapan, hal itulah yang terjadi pada burung hantu ketika lebih aktif di malam hari yang gelap.

Icon burung hantu dengan filosofi diatas menunjukan positioning Ngonoo.com sebagai situs anti gptek. Selanjutnya, terdapat sebaris kata dengan ejaan Ngonoo. Teks tulisan Ngonoo ini mempunyai ciri karakter yang tegas dengan font berwarna hitam sedangkan pada huruf O dan N memiliki warna merah. Pewarnaan ON dengan merah mempunyai makna untuk menghidupkan mindset khalayak mempelajari teknologi. Sesuai dengan misi Ngonoo yaitu berusaha memudahkan khalayak untuk “*Do Something*” mulai melakukan sesuatu.

Bilangan biner yang terdiri dari angka 1 dan 0 yang ada di dada burung hantu mewakili bulu dari hewan tersebut. Bulu merupakan pengenalan yang bisa dilihat secara langsung untuk mengetahui identitas makhluk. Di logo Ngonoo, bisa diidentifikasi bila bilangan biner tersebut identik dengan teknologi informasi. Dengan begitu, Ngonoo.com berisi informasi teknologi informasi, khususnya seputar gadget dan aplikasi.

d. Tim Ngonoo.com

Founder dan *co-founder* Ngonoo Media Network adalah beberapa anggota dari komunitas CSS yang mendirikan media online, Ngonoo.com. Beberapa diantaranya adalah :

1. Irwan Kartadipura

Founder & Business Development Director di IndoCPA
Network Internet Marketing, Web Developer.

2. Nurudin Jauhari

Director & Co. Founder di Ngonoo.com, Jauhari Media dan JH Enterprises.

3. Afit Husni

Founder di Urbandigital (idWinPhone), *Co. Founder* Lokkr, dan *CEO* Listeno.

4. Iqbal Khan

Writer di idberry.com, *Founder* Baba Wood, *Co. Founder & Editor* Bola Hore, *Founder* Goowes.co

5. Aam Krisnadi

Writer di Aplikanologi.com, dan *Chief in Editor* di Aplikanologi.

6. Tedi Fibri

Progremer PHP, Java dan Python.

7. Taufiq Hasan

Reviewer di SiApp, *Author* di Aplikanologi.

e. Tampilan Portal Ngonoo

Ngonoo.com mempunyai tampilan bersih dengan warna *background* putih. Konten dibagi dalam beberapa submenu yang didesain dengan menggunakan *drop down menu*, sehingga memudahkan *user* dalam bernavigasi. Selain itu Ngonoo.com juga menampilkan tampilan yang dinamis, yaitu ketika dicoba dengan *gadget* yang *low-end* untuk mengakses situs tersebut ternyata juga support untuk tampilan *mobile*.



Gambar 10. Tampilan website Ngonoo.com dari awal berdiri sampai dengan tahun 2015.
Sumber : internet

Barisan *Top Menu* tertampil dari kiri ke kanan menu *Home*, Tentang Ngonoo, Kontak Ngonoo, *Sitemap* dan ada *like button* serta *follow button* twitter. *Ngonoo Top Menu Home*, merupakan link yang merujuk ke halaman utama, yaitu <http://ngonoo.com>. Tentang Ngonoo, berisi halaman yang memperkenalkan mengenai media Ngonoo.com, apa itu dan untuk apa Ngonoo.com. Kontak Ngonoo, ditujukan bagi para pembaca untuk mengirimkan pertanyaan, bantuan, dan konfirmasi serta hal lainnya. *Sitemap*, halaman ini bisa memudahkan untuk mencari artikel-artikel sesuai kategori yang ada di Ngonoo.com dengan mudah dan praktis.

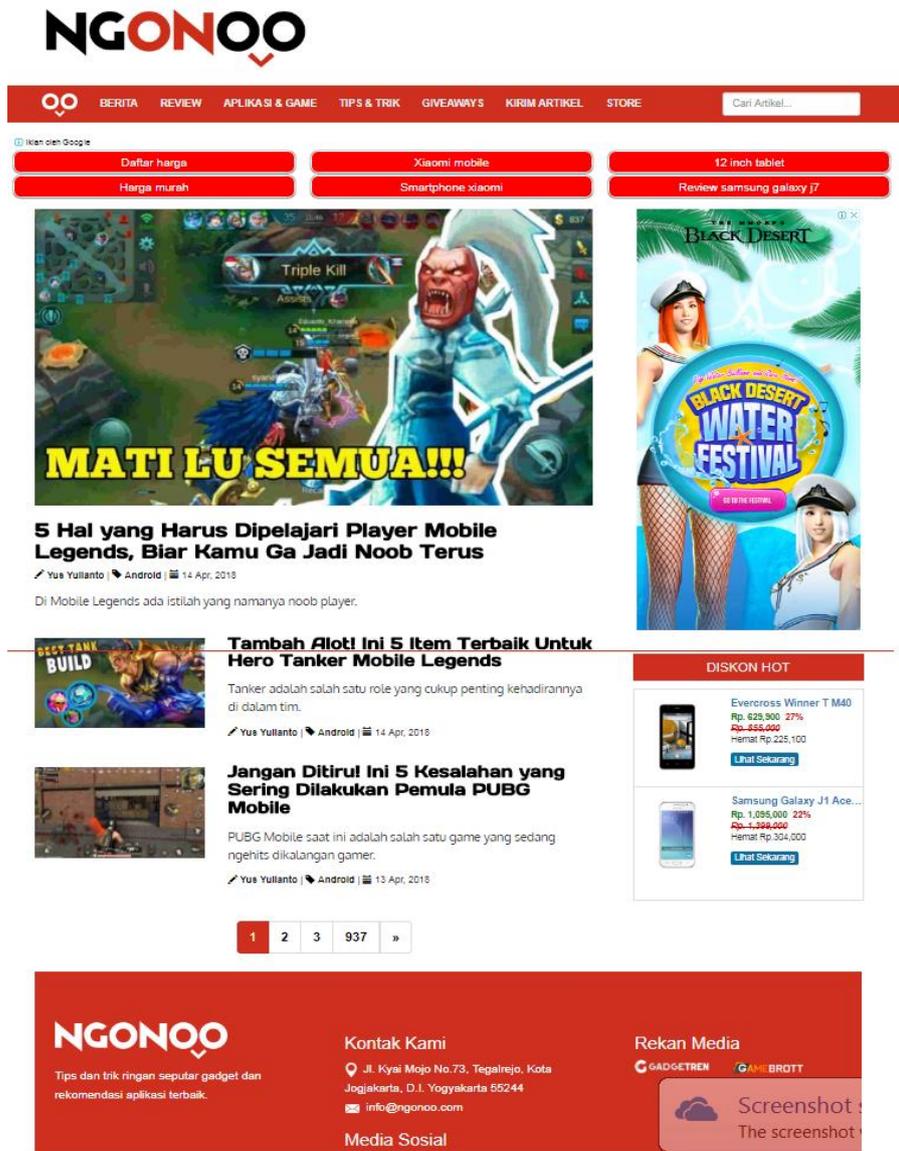
Halaman utama Ngonoo.com dirancang untuk memberikan kemudahan kepada para pembaca. Selain memberikan info postingan terbaru, fitur yang dinamakan *featured post slide* ini juga memberikan kesan indah pada *homepage website* Ngonoo.com. Jadi halaman utama tidak terlihat diam, tetapi terlihat lebih dinamis dan tetap memberikan informasi. *featured post slide* ini, memberikan 4 info mengenai postingan terbaru di Ngonoo.com.

Selain itu konten dibawahnya ada beberapa *sub menu* yang tertampil di bagian *navigation bar* pada halaman Ngonoo.com seperti Sosial Media, Tekno dan Gadget, Hiburan Hobi, Blogging, Tips dan Trik, Foto & Video, Umum, dan Berita. Pada awalnya rubrikasi media tidak dibuat secara simpel seperti yang sudah

diupdate pada portal Ngonoo.com sekarang. Ditambah pula kehadiran Hiburan dan Hobi serta Umum dan Berita bisa menyebabkan visi dan misi Ngonoo.com menjadi portal teknologi dan *gadget* tak terealisasi. Maka letak perbedaan portal Ngonoo versi lama dan versi baru adalah pada rubrikasi yang semakin fokus ke *gadget* dan teknologi, serta tampilan yang semakin memudahkan pengguna (*user friendly*).

Di ulang tahun yang ke 4 sejak berdirinya Ngonoo, tidak sedikit mengalami perubahan. Hal ini merupakan akibat dari peta persaingan dalam media online yang semakin ketat. Menurut salah satu anggota tim, Ngonoo.com telah beberapa kali melakukan perubahan tema. Selain rubrikasi yang memang mengikuti hasil riset yang sudah dilakukan. Ngonoo.com masih menggunakan *engine wordpress* untuk menghormati salah satu *co-founder* yaitu Nurudin Jauhari sang legenda WordPress Indonesia.

Gebrakan yang dilakukan adalah dengan melakukan optimasi di kerangka website yaitu *server, themes, content* dan adsense. Dengan diluncurkannya tampilan baru, maka dari sisi teknis akan mengalami peningkatan performa baik itu saat *load page*, maupun optimalisasi *gadget low end*. Proses pergantian tema Ngonoo.com sempat mengalami masalah dalam hal *useragent themes*. Pengaplikasian dua tema yang berbeda di Dekstop dan Mobile ternyata urung diwujudkan.



Gambar 11. Tampilan terkini situs web Ngonoo.com sebagai portal informasi teknologi dan gadget.

Sumber : internet (website ngonoo.com)

Mayoritas masalah yang ditemukan oleh tim teknis, terutama dalam hal cache yang membuat tampilan mobile menjadi tampilan dekstop dan begitupun sebaliknya. Sehingga diambil keputusan menggunakan tema responsif, maka dari itu hanya memakai satu tema untuk tampilan versi desktop maupun mobile.