

PERUBAHAN SITUS *KASKUS.CO.ID* (ANALISIS KEBIJAKAN KOMUNIKASI BISNIS)

MEGA PARAMITHA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan alasan perubahan yang terjadi pada situs *kaskus.co.id* dan menjelaskan bentuk perubahan yang terjadi. Perubahan tersebut merupakan salah satu kebijakan yang diambil dalam lingkup komunikasi bisnis di internet. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan sifat deskriptif, yakni penelitian yang menggambarkan perubahan situs *kaskus.co.id*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi dengan karyawan *kaskus.co.id*. Kemudian data dianalisis dengan triangulasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa perubahan yang terjadi pada situs *kaskus.co.id* terjadi karena adanya perkembangan tren situs di Indonesia dan perubahan segmentasi situs. Perubahan situs diputuskan melalui model perubahan yang meliputi: masukan dari hasil analisis SWOT situs *kaskus.co.id*; elemen yang diubah adalah kebijakan yang didukung aspek manusia, aspek faktor sosial, aspek metode, dan aspek tujuan perusahaan; dan hasil perubahan yang diinginkan berada pada level organisasi dengan desain tampilan situs format *website 2.0* yang *clean* dan *user friendly*.

Kata Kunci: Perubahan, Situs *kaskus.co.id*, Komunikasi Bisnis

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perubahan situs *kaskus.co.id*, khususnya dari segi tampilan menjadi hal yang menarik untuk dikaji karena melibatkan kontrol komunikasi dalam proses perubahannya. Perubahan dalam sebuah situs dapat terjadi karena adanya penyesuaian dengan tuntutan pengguna dan dinamika bisnis di sekitarnya. Situs *kaskus.co.id* merupakan salah satu situs forum komunitas yang cukup berpengaruh di Indonesia, namun karena adanya kebijakan perubahan maka menyebabkan penurunan peringkat situs (peringkat diukur dari *www.alex.com*). Hal itu dapat merugikan secara bisnis karena dari pemasang iklan perusahaan

mendapat pemasukan untuk operasional. Perubahan tersebut merupakan kajian bidang komunikasi bisnis karena situs dikelola oleh organisasi yang melakukan bisnis dan komunikasi yang terjadi dalam perusahaan disebut komunikasi bisnis (Dewi, 2007:25).

Perubahan tersebut dapat dikaji melalui analisis kontrol (kebijakan) komunikasi bisnis. Analisis kontrol merupakan salah satu dari bidang analisis komunikasi. Setiap segi komunikasi dapat menjadi studi yang dikaji tersendiri. Lasswell mengemukakan lima segi komunikasi melalui kalimat '*who says what in which channel to whom with what effect?*', yang kemudian

terkenal dengan *formula Lasswell* (Arifin, 2010:11). Analisis kontrol tersebut memiliki lokasi penelitian dimana sebuah informasi berawal, terutama sumber yang berbentuk organisasi dan biasanya berkaitan dengan pengambilan keputusan atau kebijakan (Arifin, 2012:23-24). Sumber komunikasi (komunikator), dalam hal ini pemilik situs memiliki kekuatan untuk menciptakan dan mengontrol bentuk komunikasi apapun yang ingin disampaikan kepada khalayak. Sumber informasi berpengaruh dalam menentukan kebijakan terhadap setiap perubahan yang terjadi pada situs yang dikelolanya.

Perubahan sebuah situs merupakan bentuk dari kebebasan berekspresi yang dilakukan oleh pemiliknya. Setiap orang yang memiliki situs bebas mengekspresikan bentuk komunikasi apapun sejauh itu sesuai dengan aturan yang berlaku.

Pemilik sebuah situs memiliki kebebasan untuk membuat dan menyalurkan bentuk komunikasi apapun dalam situs. Situs dapat dimiliki secara perorangan maupun mewakili sebuah organisasi. Setiap orang bebas dan berhak mengekspresikan ide, gagasan, dan pendapatnya dalam bentuk apapun, tetapi jika tidak ada media atau alat-alat yang menyalurkannya, maka ide-ide tersebut tidak akan berarti bagi dirinya dan masyarakat (Arifin, 2010:26). Hal itulah yang mendorong internet menjadi salah satu media yang digemari masyarakat. *International connection networking* (internet) telah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Internet merupakan kumpulan dari jutaan komputer di seluruh dunia yang terkoneksi satu sama lain (Sofia dan Prianto, 2010:3). Data pada

Desember 2012, tercatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 63 juta orang atau sekitar 24,23 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Pada 2013, menurut perkiraan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna Internet di Indonesia akan mencapai 82 juta atau 30 persen dari jumlah pengguna pada 2012, pada 2014 diprediksi mencapai 107 juta, dan pada 2015 mencapai 139 juta (<http://www.antaraneews.com/berita/348186/pengguna-internet-indonesia-2012-capai-63-juta-orang> - 28 Januari 2013 - 22.58 WIB).

Situs merupakan salah satu elemen terpenting dalam jaringan internet. Situs adalah representasi dari usaha atau bisnis yang kita jalani di dunia maya. Penting sekali bagi pengelola situs untuk membuat konsep yang jelas pada situsnya, baik segi tata letak atau *layout*, menu navigasi yang memudahkan pengunjung menelusuri situs, kombinasi warna tampilan situs dan yang paling penting adalah penjelasan dari bisnis yang di jalani pada situs tersebut. Melalui situs, pengelola organisasi dan pengguna saling berinteraksi dan berkomunikasi dalam bidang bisnis. Komunikasi bisnis yang tercipta melalui situs mengalirkan informasi antara organisasi dan pengguna. Perubahan situs *kaskus.coi.id* merupakan bentuk pesan yang ingin disampaikan organisasi kepada khalayak dalam bidang bisnis dan diperlukan keterampilan pimpinan bisnis untuk berkomunikasi dalam berbagai bentuk yang akan menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis (Dewi, 2007:26).

Perubahan merupakan suatu fenomena global yang tidak bisa dibendung. Setiap orang maupun organisasi akan mengalami perubahan. Bagi sebuah organisasi, memahami perubahan

merupakan hal yang patut dilakukan untuk mengetahui bagaimana mengelola perubahan tersebut. Kebanyakan organisasi yang berhasil adalah organisasi yang berubah sesuai dengan kebutuhannya. Orang yang mengontrol kebijakan untuk berubah, haruslah orang yang memahami dengan benar arti perubahan tersebut.

Perubahan organisasi bukanlah proses sederhana. Perubahan dapat dipaksakan pada orang, dan kehidupan akan terus berjalan, tetapi akan berjalan secara berbeda (Wibowo, 2006:4). Pada tahap awal perubahan situs, resistensi dapat terjadi sebagai respon dari pengguna, apalagi *Kaskus* merupakan forum komunitas dan bisnis *online* yang diakses jutaan pengguna. *Kaskus* ingin memberikan tampilan yang atraktif, mudah dan nyaman digunakan oleh penggunanya, namun dari beberapa *thread* diskusi respon pengguna menunjukkan rasa ketidaknyamanan.

Dampak dari kurang baiknya respon sebagian pengguna terhadap perubahan yang terjadi adalah ketidakstabilan lalu lintas data pada situs *Kaskus*. Hal itu dapat mempengaruhi eksistensi *Kaskus* sebagai media forum komunitas dan juga sebagai institusi yang menjalankan sebuah bisnis. Dari data Alexa.com, yakni sebuah situs yang menganalisa penggunaan *web* dari sumber lalu lintas data untuk sebuah situs, dapat terlihat bahwa terjadi naik turun peringkat pada forum komunitas *Kaskus* sebagai situs yang paling banyak dikunjungi, lebih jelasnya terdapat penurunan dalam dua tahun terakhir, sebagai berikut:

<i>Year/Month</i>	<i>Global Rank</i>	<i>Indonesia Rank</i>
2010 – April	313	6
2011 – April	264	7
2012 – April	351	9
2013 - Juni	310	8

Tabel 1

Peringkat *Kaskus.co.id*

(Sumber: <http://www.alex.com/siteinfo/Kaskus.co.id> (09 Mei 2013 – 20.43 WIB))

Perubahan memang akan terasa tidak nyaman apabila tidak direncanakan dengan matang. Perubahan juga dapat berakibat negatif apabila tidak disesuaikan dengan sasarannya. Dalam melakukan perubahan *Kaskus* pasti memiliki persepsi tertentu yang dituju, begitu pula pengguna yang menerima perubahan. Sering terjadi kekeliruan komunikasi yakni ketika seseorang menyampaikan informasi dengan ukurannya sendiri. Ini harus dihindarkan karena komunikasi selalu melibatkan orang lain. Jika terjadi perubahan pada sebuah situs, hal itu mempengaruhi bentuk komunikasi yang terjalin di dalamnya. Maka sebagai pemimpin yang mengontrol perubahan harus cermat sebelum melaksanakan perubahan tersebut.

Rumusan Masalah

Perubahan situs *kaskus.co.id* merupakan hal yang menarik untuk dikaji. Situs adalah representasi dari usaha atau bisnis yang kita jalani di dunia maya. Penting sekali bagi pengelola situs untuk membuat konsep yang jelas pada situsnya. Meskipun setiap orang yang memiliki situs bebas mengekspresikan bentuk komunikasi apapun sejauh itu sesuai dengan aturan yang berlaku, namun keputusan untuk berubah harus dipertimbangkan secara matang oleh pimpinan dan organisasi yang

melaksanakannya. Perubahan situs itu termasuk dalam bidang komunikasi bisnis, yakni bentuk pertukaran pesan apapun yang terjadi dalam organisasi bisnis.

Kaskus.co.id merupakan salah satu situs forum komunitas yang cukup berpengaruh. Dalam perjalanannya, *Kaskus* melakukan beberapa perubahan sesuai dengan tuntutan dan gaya hidup pengguna. Terkait dengan perubahan dalam situs *Kaskus* serta adanya penurunan peringkat situs, maka fokus penelitian dapat dirumuskan secara sederhana melalui pertanyaan: **Mengapa *Kaskus* melakukan perubahan pada situsnya dan bagaimana bentuk perubahan yang dilakukan?**

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini terbagi dua, yakni umum dan khusus. Secara umum tujuan penelitian ini adalah mengembangkan ilmu komunikasi, khususnya bidang komunikasi bisnis dan internet di Indonesia. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan perubahan situs *Kaskus* dalam kaitannya sebagai media komunikasi bisnis di internet.
2. Menjelaskan bentuk perubahan pada situs *Kaskus*.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma penelitian ini adalah paradigma kritis. Aliran ini sebenarnya tidak dapat dikatakan sebagai suatu paradigma, tetapi lebih tepat disebut *ideologically oriented inquiry*, yaitu suatu wacana atau cara pandang terhadap realitas yang mempunyai orientasi ideologis terhadap paham tertentu (Salim, 2001:33).

Paham paradigma ini menilai objek secara kritis, menilai sebuah objek lebih dari apa yang biasa dilihat oleh manusia. Paradigma ini mengkritisi lebih dalam sebuah realitas yang tidak dapat dilihat dengan benar oleh pengamatan manusia. Secara epistemologis, hubungan antara pengamat dengan realitas yang menjadi objek dalam paradigma ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Karena itu, aliran ini lebih menekankan pada konsep subjektivitas dalam menemukan suatu ilmu pengetahuan (Salim, 2001:41).

Riset adalah sebuah kegiatan menggambarkan sebuah objek. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian ilmiah yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya (Strauss dan Corbin dalam Ruslan, 2008:214).

Jenis penelitian ini adalah dekriptif. Riset dengan jenis ini bertujuan membuat deskripsi dengan tepat, akurat dan sistematis menurut kelompoknya, seperti fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Riset dekriptif berguna untuk menggambarkan realitas atau fenomena yang diteliti tanpa menjelaskan hubungan atau pengaruh antarvariabel (Kriyantono, 2007:67).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode fenomenologi. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif yang memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman

adalah sesuatu tindakan kreatif yakni tindakan menuju pemaknaan (Littlejohn, Stephen dan Foss, 2008:38).

Teknik pengumpulan data primer penelitian ini berasal dari hasil wawancara peneliti dengan nara sumber yang sudah ditentukan sebelumnya, serta informasi-informasi yang didapat saat melakukan observasi di lapangan. Sedangkan, teknik pengumpulan data sekunder didapatkan dari studi pustaka yang dilakukan peneliti dari berbagai sumber.

Pemilihan sumber data didasari oleh beberapa kriteria yang telah peneliti tentukan sebelumnya. Berdasarkan kriteria sumber data di atas, maka peneliti menentukan nara sumber sebagai berikut:

1. *Key informan*
Slamet Heru Susanto, *Strategic Planner*
2. Informan 1
Leonardus Putranto, *Senior Marketing Communication*
3. Informan 2
Tajrij Kawakibi, *Senior Programmer*
4. Informan 3
Reggita Sudirnoputri, *Head of Creative*
5. Informan 4
Devi Apriani, *Media Relations*

Analisis data adalah sebuah proses mengumpulkan dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, memilih mana yang penting dan membuang yang tidak digunakan dan membuat kesimpulan sesuai dengan interpretasi peneliti sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2005:90).

Aktivitas dalam analisis data penelitian ini, meliputi: *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*

Dalam penilaian keabsahan (*trustworthiness*) riset kualitatif, biasanya dilakukan melalui analisis triangulasi. Triangulasi yaitu menganalisis jawaban subjek, membandingkan dengan sumber data-data lainnya yang telah dikumpulkan oleh peneliti, dan meneliti kebenarannya (Kriyantono, 2007:70). Peneliti melakukan semua jenis teknik triangulasi kecuali triangulasi peneliti.

C. PEMBAHASAN

Kaskus terbagi kedalam dua jenis forum yaitu Forum dan Forum Jual Beli (FJB). Forum adalah tempat untuk mendiskusikan segala hal. FJB adalah tempat untuk bertransaksi jual beli segala macam produk. Forum diskusi *kaskus* kerap memberitakan informasi yang tidak bisa ditemukan di portal-portal berita lain. FJB *kaskus* juga terbukti sebagai tempat paling lengkap untuk menemukan segala macam produk dan jasa.

Secara keseluruhan *Kaskus* disebut sebagai *social commerce*. *Social commerce* artinya sebuah situs yang memberikan fasilitas untuk perdagangan *online* dan berdiskusi sekaligus. Sedangkan *e-commerce* murni adalah situs yang dikhususkan untuk perdagangan seperti *tokobagus.com*, *berniaga.com*, *lazada.com*, *zakamura.com*, *blibli.com*.

Dengan adanya *Kaskus*, perkembangan internet semakin meluas. Masyarakat semakin mengenal cara berinteraksi di internet, karena dalam forum diskusi *Kaskus* segala hal bisa menjadi topik perbincangan. Setiap *Kaskuser* dapat membahas topik yang diinginkan dan

tentunya bersifat positif. Terdapat perbedaan pada sistem pertukaran informasi Kaskus dengan forum diskusi lainnya, yakni adanya moderator yang mengawasi halaman diskusi. Moderator di forum lain bekerja ketika ada *Kaskuser* yang mem-*posting* tulisan. Sebelum muncul dalam forum, tulisan di-*screening* atau disaring terlebih dahulu. sedangkan pada Kaskus, tulisan dapat masuk (*live*) terlebih dahulu baru setelahnya dipantau dan di-*screening* oleh moderator.

Merubah tampilan situs untuk mengikuti tren tidak hanya dilihat dari segi pengembang atau desain saja. Dari sisi *sales*, perubahan situs juga dapat mempengaruhi. Dalam lingkup bisnis di internet, kebijakan untuk merubah tampilan juga sangat mempengaruhi segi *sales* (penjualan) karena situs forum diskusi seperti *Kaskus* ini membutuhkan iklan sebagai penopang hidup. Dan pemasang iklan akan berpikir dua kali jika situs yang menjadi media iklan tidak populer di kalangan masyarakat. Jika perubahan tampilan kurang disukai dan *Kaskuser* sulit beradaptasi, maka *Kaskuser* akan berkurang. Hal tersebut menjadi patokan pengiklan yang ingin berpromosi.

Perubahan dalam suatu organisasi tidak dapat dihindari. Setiap individu maupun organisasi pasti mengalami perubahan, terlebih lagi dalam dunia bisnis, khususnya media internet yang sangat dinamis. Perubahan dapat terjadi pada waktu yang sangat cepat. Dalam lingkup organisasi bisnis, seorang pemimpin harus memiliki kepekaan dalam menilai perubahan-perubahan yang sedang terjadi atau yang akan dilakukannya. Kepekaan dalam menilai dapat membantunya dalam menentukan kebijakan

perubahan. Perubahan adalah membuat sesuatu menjadi berbeda. Berbeda tidak selalu mengganti kebijakan lama dengan kebijakan baru, bisa saja perubahan dibuat untuk menyempurnakan kebijakan lama. Perubahan itu terjadi karena adanya interaksi antar individu untuk memenuhi kebutuhan sosialnya (Arifin, 2011:211).

Dalam penelitian ini, perubahan terjadi pada situs *kaskus.co.id*, situs tersebut telah memiliki pengguna sekitar 5 juta orang. Perubahan situs tersebut adalah sebuah kebijakan yang diambil oleh pimpinan perusahaan dalam rangka menjalankan komunikasi bisnis. Karena komunikasi yang terjadi dalam perusahaan disebut komunikasi bisnis (Dewi, 2007:25). Komunikasi pada umumnya bersifat resmi, maka ditekankan pada komunikasi verbal, yaitu berbicara, mendengarkan, menulis dan membaca (Dewi, 2007:26). Adanya interaksi antara perusahaan dengan pengguna *Kaskus* bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masing-masing, itu yang menyebabkan terjadinya perubahan. Ketika itu *Kaskus* harus mengikuti tren situs dan perubahan segmentasi, sedangkan pengguna memerlukan tampilan baru agar lebih mudah menggunakan situs *kaskus.co.id*.

Nasution mengemukakan ada dua bentuk perubahan, yakni perubahan operasional dan perubahan strategi. Perubahan pada situs *kaskus.co.id* ini dikategorikan sebagai perubahan strategis yaitu perubahan yang berdampak luas dan memerlukan koordinasi dan dukungan dari semua komponen perusahaan. Jenis perubahan strategis yaitu perubahan budaya dan nilai-nilai dasar perusahaan, perubahan arah/fokus bisnis, dan perubahan cara kerja (Nasution, 2010:61). Perubahan strategis tampak pada sikap manusia

yang menjalankannya, bukan pada benda-benda yang mudah diganti. Perubahan strategis harus tampak dalam perubahan operasional. Ketika terjadi perubahan strategis, maka secara operasional juga akan mengalami perubahan. Perubahan strategis membutuhkan konsep dan seni yang kuat dan dilakukan secara bertahap. Perubahan situs *kaskus.co.id* tercermin dari kinerja bertahap yang dilakukan oleh pengelola untuk mematangkan konsep tampilan situs, perubahan birokrasi dan penyebaran informasi dalam organisasi.

Kritner dan Kinicki mengelompokkan perubahan ke dalam tiga tipologi (Nasution, 2010:15), yakni *adaptive change*, *inovative change* dan *radically change*. Namun yang relevan dengan bentuk perubahan situs *kaskus.co.id* ini adalah *innovative change*, yaitu memperkenalkan praktik baru dalam organisasi. Perubahan ini berada di tengah kontinum diukur dari kompleksitas, biaya dan ketidakpastiannya. Perubahan situs *kaskus.co.id* tidak begitu berpengaruh pada sistem kerja perusahaan, tetapi dari kompleksitasnya terlihat sulit karena membutuhkan kerjasama dan biaya yang tidak sedikit. Kemudian dari resistensi yang muncul dapat dikatakan perubahan situs *kaskus.co.id* ini cukup besar dampaknya bagi pengguna sehingga menurunkan lalu lintas data pengunjung.

Dari perubahan pada situs *kaskus.co.id* serta dampak yang terjadi pada pengunjung Kaskus, maka diperlukan suatu perencanaan untuk mengatasinya. Manajemen perubahan adalah suatu proses secara sistematis dalam menerapkan pengetahuan, sarana dan sumber daya yang diperlukan untuk mempengaruhi perubahan pada orang yang akan terkena dampak dari proses

tersebut (Nasution, 2010:20). Dalam manajemen dibutuhkan pengetahuan, sarana dan sumber daya yang sesuai untuk mempengaruhi pihak-pihak yang terkena dampak perubahan. misalnya, dibutuhkan pemimpin yang loyal dan tegas dalam menjalani perubahan. pemimpin harus memiliki pengetahuan mengenai konsep perubahan yang diberikannya, selain itu pemimpin juga harus konsisten dengan konsekuensi yang akan terjadi pada perusahaan. Dari pihak sumber daya juga diperlukan pekerja-pekerja yang loyal kepada perusahaan dan tidak takut akan perubahan, karena pada dasarnya ketika pemimpin mengambil kebijakan untuk berubah maka segala sesuatunya telah diperhitungkan. Sarana juga sangat diperlukan untuk mendukung perubahan, konsep sebagai apapun, sebaik apapun akan sulit dijalankan apabila sarana pekerja tidak memadai, dana operasional tidak mencukupi. Oleh karena itu, *Kaskus* perlu mengadakan kerja sama untuk mendapatkan sarana yang diperlukan dalam proses perubahan.

Dari begitu banyaknya penjelasan mengenai perubahan, secara sederhana dapat dipahami bahwa perubahan ini adalah wujud komunikasi yang dilakukan oleh pengelola Kaskus dalam situsnya. Kebijakan ini dibuat dalam situasi bisnis, oleh karenanya perlu dianalisis apakah pesan bisnis yang disampaikan telah sampai dengan tepat pada pengguna. Komunikasi merupakan suatu proses. Proses ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima” (Gerard R. Miler dalam Mulyana, 2005:62).

Kaskus menyampaikan pesan yakni perubahan situs, perubahan situs di sini memiliki

tujuan agar mempermudah pengguna dalam menggunakan situs *kaskus.co.id*. Tidak semua target komunikasi mengetahui hal tersebut, perlu dilakukan pengawasan untuk mengetahui apakah komunikasi sudah berjalan lancar atau belum, apakah pesan yang ingin disampaikan sudah tepat sasaran atau belum. Dari hasil penelitian dapat terlihat komunikasi belum berjalan dengan baik, karena adanya penurunan peringkat yang disebabkan oleh kurang nyamannya *Kaskuser* pada tampilan baru. Secara bisnis ini dapat merugikan, karena berkurangnya pengunjung situs juga dapat mengurangi *traffic* situs yang menjadi patokan pengiklan dalam memilih media beriklan di internet. Oleh karena itu, dari segi bisnis perlu di analisis apakah kebijakan yang berasal dari sumber pesan sudah tepat atau belum.

Dalam sebuah komunikasi salah satu elemen yang penting adalah komunikator. Halloan pernah mengeluhkan karena perumus teori terlalu mudah mengabaikan aspek kajian komunikator, padahal komunikator merupakan sumber dimulainya sebuah proses komunikasi. Komunikator yang berhadapan dengan pemilihan informasi hingga disampaikan kepada khalayak (Halloan dalam Arifin, 2007:12). Komunikator merupakan sumber dari sebuah informasi, tanpanya pesan tidak akan ada apalagi sampai kepada komunikan. Oleh karena itu pembahasan mengenai kebijakan yang diambil oleh pimpinan Kaskus dalam perubahan situs ini adalah permasalahan yang cukup menarik. Kita perlu mengetahui apa yang mendasari Kaskus melakukan perubahan. Dari keingintahuan tersebut dapat diketahui bahwa kebijakan tersebut memang sudah sepatutnya dilakukan, meskipun

terdapat penolakan dari sebagian pengguna dan menyebabkan penurunan *traffic*.

Selain komunikasi bisnis, kebijakan perubahan ini dapat dianalisis dari sisi komunikasi organisasi. Hal tersebut berkaitan dengan keterampilan memimpin perubahan yang memiliki poin keterbukaan dalam berkolaborasi. Ketika membuat kebijakan, seorang pimpinan organisasi harus terbuka kepada seluruh anggota organisasi. Secara sederhana komunikasi organisasi didefinisikan sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Goldhaber dalam Muhammad, 2007:67). Berdasarkan definisi tersebut, sangat jelas bahwa komunikasi dalam organisasi harus terbuka. Demikian aplikasinya pada pengelola situs *kaskus.co.id*, ketika pimpinan ingin melakukan perubahan hal itu didiskusikan dengan anggota organisasi lainnya. Diskusi dapat memberikan masukan bagi pemimpin mengenai baik buruknya perubahan sehingga saat kebijakan itu sudah diputuskan semua pihak dapat menerima dengan baik.

Perubahan situs *kaskus.co.id* ini juga terdorong oleh sifat dinamis dari media internet. Internet adalah jaringan dari komputer di seluruh dunia, dan dapat disebut sebagai kolaborasi antara komputer, telepon dan televisi (Arifin, 2010:116-117). Internet bersifat publik, kooperatif, dan mandiri yang memfasilitasi akses ke ratusan atau jutaan manusia di seluruh dunia (Turban, Rainer dan Potter, 2005:50). Karena internet bersifat publik, interaktif dan saling terkoneksi satu sama lain, maka pengeloa

Kaskus tidak bisa sembarangan mengambil kebijakan. Harus secara bertahap dan dipertimbangkan dengan baik dan benar seperti apa konsekuensinya di kemudian hari.

Dari hasil penelitian juga dapat dijelaskan bahwa Kaskus termasuk dalam kategori situs forum diskusi, terdapat perbedaan antara Kaskus dengan situs-situs perdagangan elektronik lainnya. Kaskus merupakan situs *social commerce*, berbeda dengan *e-commerce*, karena *e-commerce* merupakan proses saling menukarkan produk atau transaksi pembelian dan penjualan yang didukung dengan pemakaian elektronik terutama menggunakan internet (Kotler dan Armstrong, 2004:74). Sedangkan penyebutan Kaskus sebagai *social commerce* karena secara keseluruhan Kaskus terbagi dua forum, yakni forum diskusi dan forum jual beli. Lain halnya dengan situs *berniaga.com*, *blibli.com*, *zalora.com* yang menawarkan *e-commerce* murni, Kaskus tidak hanya menyediakan wadah untuk transaksi jual beli. Tetapi fokusnya adalah memberikan fasilitas untuk bertukar informasi, berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama *Kaskuser*.

D. KESIMPULAN

Peneliti menemukan bahwa situs *kaskus.co.id* adalah salah satu forum diskusi *online* yang dinamis dan memiliki kepercayaan diri sangat tinggi, terlihat dari optimisme perubahan yang diciptakan. Perubahan tidak didasari oleh survei menyeluruh kepada pengguna. Situs *kaskus.co.id* meyakini bahwa pengguna memiliki keterikatan emosional dan loyalitas sangat tinggi pada situs tersebut sehingga apapun bentuk perubahannya tidak akan mempengaruhi posisinya sebagai “*The*

Largest Indonesian Community”. Optimisme itu juga membuat Kaskus tidak terpengaruh dengan adanya penurunan peringkat situs, meskipun hal itu bisa saja berdampak pada pemasukan perusahaan karena berkurangnya pengiklan yang memilih Kaskus sebagai media beriklan. Meskipun demikian, para pembuat kebijakan Andrew Darwis dan Ken Dean Lawadinata telah mempertimbangkan dari sisi *development* dan bisnis.

Alasan Kaskus melakukan perubahan pada situsnya adalah dikarenakan adanya perkembangan tren situs yang perlu diikuti oleh setiap pengelola situs agar tidak tertinggal oleh jaman. Faktor lain yang menjadi alasan perubahan situs *kaskus.co.id* adalah perubahan segmentasi terkait dengan strategi pemasaran perusahaan yang ingin memperluas jangkauannya. Segmentasi awal adalah jumlah laki-laki lebih banyak daripada wanita dan usia dimulai pada 18 tahun. Kini perusahaan ingin menjangkau pengguna wanita lebih banyak dan usia yang lebih muda, yakni 15 tahun.

Dari model perubahan yang digunakan dalam untuk menjelaskan perubahan situs *kaskus.co.id*, dapat diketahui bahwa untuk membuat kebijakan didasari oleh:

a. *Input* yang berdasarkan analisis SWOT perusahaan, diantaranya: kekuatan Kaskus adalah jenis forum yang disediakan lengkap, memiliki harga yang murah, segmentasi dapat disesuaikan dan memiliki pengguna yang loyal. Kelemahannya Kaskus adalah cara menggunakan Kaskus sedikit sulit dan masih banyak perusahaan yang belum mengetahui bisnis di internet. Selain itu, peluang bagi Kaskus adalah karena masih

banyak *brand* yang belum mengenal bisnis internet, dapat membuka peluang bagi *Kaskus* untuk mencoba bentuk bisnis lain selain forum diskusi dan *e-commerce*. Terakhir yaitu ancaman bagi *Kaskus* adalah ketidaknyamanan pengguna yang menyebabkan penurunan *traffic* situs dan banyaknya kompetitor yang menunggu jatuhnya perusahaan *Kaskus*.

- b. *Target element of change* atau elemen organisasi yang perlu diubah adalah kebijakan perusahaan itu sendiri. Setiap elemen perubahan dapat saling terkait satu sama lain, seperti aspek faktor sosial dengan aspek manusia yang menjalankan, kemudian metode yang digunakan serta tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Dari masukan dan target elemen yang akan diubah, maka tercipta *output* yang akan diaplikasikan pada situs, diantaranya desain yang lebih bersih, tata letak yang memudahkan pengguna, dan warna yang digunakan lebih terang dan beragam.
- c. *Output* harus konsisten dengan konsep yang dijalankan. Artinya apa yang diinginkan adalah perubahan desain tampilan agar *Kaskuser* lebih mudah menggunakan, apabila perubahan sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan dengan begitu dapat dinilai keberhasilannya.

Untuk memimpin perubahan dengan baik, diperlukan beberapa hal yaitu, imajinasi pimpinan dalam berkreasi dan menciptakan ide-ide kreatif untuk rencana inovasi, profesional dalam kinerja yang diwujudkan melalui sikap loyal dan tegas pada keputusan dan konsekuensinya, dan

keterbukaan dalam berkolaborasi dengan anggota organisasi dan pengguna. Aspek-aspek ini sangat berpengaruh bagi komunikator atau sumber kebijakan agar tidak sembarangan memutuskan kebijakan.

Bentuk perubahan yang dilakukan adalah lebih berfokus pada desain. Tampilan yang menjadi tren dan acuan perubahan *Kaskus* adalah forum diskusi dengan format *website 2.0*. *Website 2.0* adalah format situs yang kontennya berasal dari pengguna itu sendiri, tidak selalu disediakan oleh pengelola. Selain itu, tampilan yang *clean* (bersih) dan berwarna terang juga menjadi tren, kebanyakan situs sejenis tidak lagi memberikan tampilan yang ramai dengan iklan dan menggunakan warna gelap. Warna terang juga disesuaikan dengan segmentasi baru yang akan dituju, yaitu pengguna wanita.

DAFTAR REFERENSI

Buku:

- Arifin, Anwar. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 2010. *Opini Publik*. Jakarta: Gramata Publishing.
- _____. 2007. *Pers dan Politik di Indonesia 1945-1999*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi UPI YAI dan Pustaka Indonesia.
- _____. 2012. *Setangkai Bunga Riset Komunikasi*. Jakarta: UPI YAI.
- _____. 2011. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Dewi, Sutrisna. 2007. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.

- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhammad, Arni. 2007. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Nur. 2010. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Sofia, Hanni dan Budhi Prianto. 2010. *Panduan Mahir Akses Internet*. (Jakarta: Kriya Pustaka.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Turban, Efraim, Kelly Rainer dan Richard E. Potter. 2005. *Introduction to Information Technology*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Wibowo. 2006. *Managing Change: Pengantar Manajemen Perubahan*. Bandung: Alfabeta.
- Internet:**
<http://www.antaranews.com/berita/348186/pengguna-internet-indonesia-2012-capai-63-juta-orang> - 28 Januari 2013 - 22.58 WIB).
<http://www.alex.com/siteinfo/Kaskus.co.id> (09 Mei 2013 – 20.43 WIB)