



**Pengelolaan Aplikasi Berbasis Lokasi “Dalam Kota” (Dalkot)
Sebagai Reporter, Editor Foto dan Adminsitrator**

Karya Bidang

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosiasl dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama: Dina Tasyalia Dachman

NIM: 14030111130056

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2015

ABSTRAKSI

**Judul Karya Bidang : Pengelolaan Aplikasi Berbasis Lokasi “Dalam Kota”
(Dalkot) Sebagai Reporter, Editor Foto dan Adminsitrator**
Nama : Dina Tasyalia Dachman
NIM : 14030111130056
Jurusan : Ilmu Komunikasi

“Dalam Kota” atau Dalkot merupakan aplikasi berbasis lokasi asal Semarang dengan segmentasi pengunduh berada di umur 15-25 tahun. Aplikasi ini menyuguhkan informasi panduan wisata yang dapat digunakan sebagai referensi mencari tempat-tempat kuliner, tempat wisata, lifestyle, event, hotel dan transportasi yang ada di Semarang.

Aplikasi Dalkot sudah menginjak usia lima bulan sejak didirikan, namun tidak cukup dikenal di masyarakat Semarang, terlihat dari jumlah pengunduhnya yang hanya berjumlah 500 orang. Selain karena kurangnya promosi, konten artikel pun tidak cukup memberikan informasi kepada para pengguna, serta terdapat teguran dari pihak lain yang merasa karya fotonya diambil tanpa izin untuk ditampilkan di aplikasi. Inilah alasan konten dan tampilan Aplikasi Dalkot perlu dikembangkan lagi.

Tugas penulis adalah sebagai reporter yang bertugas memverifikasi data di lapangan agar informasi sesuai dengan fakta. Kemudian, sebagai foto editor untuk menyunting foto agar dapat dengan baik ditampilkan di aplikasi. Terakhir, sebagai administrator yang bertugas memasukkan konten ke dalam aplikasi agar dapat dinikmati para pengguna. Selama menjalankan tugas, penulis mengalami beberapa kendala namun semua bisa diatasi sehingga acara tetap berjalan dengan lancar.

Selama 5 minggu, penulis berhasil mengembangkan konten aplikasi menjadi lebih baik. Karenanya, pengunduh menjadi bertambah dan Aplikasi Dalkot cukup dikenal. Beberapa pengguna menyebutkan bahwa Aplikasi Dalkot dapat menjadi panduan wisata yang baik di Semarang. Diharapkan Aplikasi Dalkot dapat terus menambah konten yang baik dan kekinian serta mengembangkan fitur-fitur aplikasinya.

Kata kunci: aplikasi, lokasi, konten

1. Latar Belakang

Dalkot (Dalam Kota) adalah sebuah layanan aplikasi mobile yang menyediakan informasi detail mengenai apa yang terjadi di sekitar pengguna berdasarkan lokasi fisik mereka. Dengan memanfaatkan *Location-Based Service (LBS)* atau Layanan Basis Lokasi, pengguna bisa melihat restoran, tempat wisata, transportasi, acara, dan komunitas lokal di Semarang melalui perangkat *mobile*.

PT. Suara Merdeka Media Grup melakukan *soft launching* aplikasi Dalkot sejak 6 Mei 2015 dan saat ini sudah tersedia, baik di *Google Play (Android)* maupun *Apple Store (iOS)*. Meski sudah dapat diunduh dengan mudah melalui *smartphone*, nyatanya dalam kurun waktu 4 bulan hanya tercatat 1047 pengunduh saja.

Hal ini pun dibuktikan dari hasil prariset yang ditujukan pada 100 pengguna *smartphone* usia 15 – 35 tahun yang berdomisili di Kota Semarang. Sebanyak 80% pengguna *smartphone* tidak mengetahui adanya aplikasi Dalkot dan hanya 9% yang sudah mengunduhnya.

Padahal dari hasil pra riset terbukti bahwa 82,5% dari 100 orang, menggunakan aplikasi basis lokasi *Google Maps* dan sebanyak 30,1% menggunakan *Waze*. Ini menunjukkan bahwa masyarakat sebenarnya sudah

akrab dengan beragam aplikasi berbasis lokasi dan menjadi pengguna aktifnya.

Tidak terdengarnya nama Dalkot di tengah masyarakat disebabkan karena hingga saat ini belum ada langkah sosialisasi dan promosi nyata yang dilakukan oleh pihak Dalkot. Proses pemasaran yang tertunda dikarenakan belum lengkapnya database konten di dalam aplikasi Dalkot.

Tidak adanya reporter yang turun langsung ke lokasi mengakibatkan beberapa konten Dalkot, baik tulisan maupun foto, hanya menyalin dari *Google* tanpa izin dan tidak menyertakan sumber. Seperti contoh pada gambar I.4, yakni foto *Restoran Shabu Auce* di aplikasi Dalkot yang diambil dari website *inforitel.com* pada gambar I.5.

Tulisan pada kontennya pun kurang informatif dan tidak sesuai dengan kaidah jurnalistik, seperti ulasan mengenai Cafe Mr. K pada gambar I.6 yang tidak mencakup informasi 5W + 1H.

2. Rumusan Masalah

Kami bekerjasama dengan PT. Maju Dalam Kota di bawah naungan Suara Merdeka Media Grup mengelola dan mengembangkan konten dalam aplikasi Dalkot. Kami pun akan turun langsung ke lapangan untuk meliput agar masalah kode etik, seperti plagiarisme dan pelanggaran hak cipta dapat dihindari.

3. Tujuan

- a. Menyajikan aplikasi berbasis lokasi yang berisi informasi seputar Semarang.
- b. Mengembangkan dan meningkatkan kualitas isi atau konten dalam aplikasi Dalkot agar informasi yang disampaikan sesuai dengan kaidah jurnalistik.

4. Kerangka Teori

4.1. Model Komunikasi pada Media Baru

Isi pada media baru lebih beragam dan audiens pada media baru juga cenderung lebih aktif. Selain itu efek dari informasi yang disampaikan kepada khalayak melalui media baru cenderung tidak dapat diprediksi. (McQuail, 2003:312)

4.2. Nilai Berita, Karakteristik Jurnalistik Online, dan Bahasa Jurnalistik

Berita yang menarik bagi audiensnya adalah berita yang mengandung nilai-nilai *Impact* (berdampak), *Proximity* (kedekatan), *Timeliness* (baru), *Prominence* (keterkenalan) dan *Novelty* (keunikan) : (Romli, 2012 : 68).

Dikutip dari Jurnalistik *Online* karangan Asep Syamsul M. Romli. Mike Ward dalam *Journalism Online* (Focal Press, 2002) menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik *online* sekaligus yang membedakannya dengan media konvensional, yaitu *Immediacy* (kesegaran), *Multiple*

Pagination (dapat berupa ratusan halaman), *Multimedia*, *Flexibility Delivery Platform*, *Archiving*, *Relationship with Reader* dan juga memerhatikan kode etik jurnalistik.

Agar efektif, naskah berita disusun dengan menggunakan “Bahasa Jurnalistik” disebut juga bahasa media, bahasa koran (*newspaper language*), atau bahasa komunikasi massa (*language of mass communication*) yang berkarakter utama sederhana, lugas, hemat kata dan menghindari kata-kata yang tidak perlu (Romli, 2012: 69) :

4.3. Jurnalistik Foto

Menurut Frank P. Hoy, pada bukunya yang berjudul *Photojournalism The Visual Approach* terdapat delapan karakter foto jurnalistik sebagai berikut. Pertama, foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto. Medium foto jurnalistik adalah media cetak, dan media kabel atau internet. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita. Foto jurnalistik adalah paduan foto dan teks foto. Foto jurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers. (Alwi, Audi Mirza:2006)

5. Laporan Persiapan Dan Pelaksanaan Reporter, Editor Foto Dan Admin

Aplikasi “Dalkot”

6.1. Reporter

Reporter (tulisan dan foto) bertugas mencari tempat kuliner, wisata, dan lifestyle untuk liputan, mencari narasumber, meliput ke lapangan dan juga membuat artikel. Selanjutnya laporan ini akan disusun sesuai dengan jadwal harian liputan.

6.2. Editor Foto

Editor foto bertugas menyunting foto dan menambahkan logo ke dalam foto, dengan menggunakan menggunakan dua software yakni software edit foto online www.ipiccy.com dan *Microsot Office Picture Manager 2010*.

6.3. Administrator

Administrator bertugas untuk meng-upload konten dan foto ke aplikasi. Tulisan artikel dibaca ulang agar tidak ada kesalahan ejaan dan penempatan tanda baca.

6.3. Evaluasi

7.1. Hasil Survei Pemahaman Responden Terhadap Aplikasi Dalkot

Berdasarkan survei pemahaman terhadap aplikasi Dalkot terhadap 100 responden, terdapat peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap Aplikasi

Dalkot, dari 20,4% menjadi 66,6%. Jumlah pengunduh aplikasi juga terdapat kenaikan, yakni dari 9% menjadi 86%. Pengetahuan sebagian besar responden sudah dengan baik mengetahui jumlah dan nama-nama rubrik di dalam Dalkot. Dari semua rubrik, hampir 50% responden memilih culinaryy sebagai rubrik yang paling diminati.

7.2. Hasil Survei Tanggapan Responden Terhadap Konten Aplikasi

Dalkot

Dari ketiga rubrik yang dikelola, yakni Culinary, Point of Interest, dan Lifestyle, responden menganggap konten tersebut informatif. Sementara, untuk kualitas foto responden menganggap kualitas foto yang dihasilkan baik, walaupun jumlah foto harus ditambahkan agar lebih baik.

7.3. Evaluasi Aplikasi Dalkot

Dari hasil kuisioner, diketahui 45% responden mengatakan kehadiran Dalkot sebagai aplikasi *travel guide* sangat membantu mereka dalam menjelajahi Kota Semarang.

6. Penutup

8.1. Kesimpulan

1. Aplikasi Dalkot berhasil mendapatkan peningkatan pengetahuan responden sebesar 66,6 % dan kenaikan pengunduh sebesar 81%.

2. Selama 5 minggu Aplikasi Dalkot mendapatkan 35 komentar, yang berarti memenuhi target 15 komentar selama 5 minggu.
3. Aplikasi Dalkot sebagai panduan wisata di Semarang dinilai berhasil, karena 46% dari 100 responden mengaku Aplikasi Dalkot membantu mereka dalam menemukan lokasi tempat-tempat di Semarang.
4. Berhasil memenuhi target berita , yaitu 150 artikel dalam kurun waktu 30 hari..
5. Berhasil mendapatkan 15 jadwal event di Semarang.

8.2. Saran

1. Menambah jumlah foto (tidak hanya satu) dan juga memperbaiki kualitas foto.
2. Dalkot Chat dibuat lebih interaktif antara pengguna dengan pengembang maupun antara sesama pengguna.
3. Walaupun culinary menjadi rubrik yang paling diminati, konten pada rubrik lain tetap harus diperhatikan dan jangan sampai kosong atau sedikit, agar pengguna tidak kehabisan referensi tempat di Semarang.
4. Membentuk tim riset yang bertugas meneliti karakter dan keinginan pasar tiap minggu atau bulannya.
5. Mengamati dan mempelajari karakter dan kinerja kompetitor.
6. Membangun kerjasama dengan hotel, bioskop, dan penyelenggara event untuk mengisi konten di dalam aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

2015. *Reneka Coffee Roasting Company*. (<http://anakjajan.com/2015/08/18/reneka-coffee-roasting-company/#more-14959>, diakses tanggal 6 September 2015)

Alwi, Audy Mirza. 2006. *Foto Jurnalistik*. Jakarta : PT Bumi Aksara

Dougherty, Josh. 2011. *3 Online Reading Behaviors You Need to Know About*. (<http://www.masterworks.com/2011/05/3-online-reading-behaviors-you-need-to-know-about/#axzz3d8YCLS9b>, diakses tanggal 6 September 2015)

Download Google Maps di Android Lampau 1 Miliar. (<http://www.jagatreview.com/2014/06/download-google-maps-di-android-lampau-1-milyar/>, diakses pada 1 September 2015)

Google Maps Jadi Aplikasi Smartphone Paling Sering Digunakan. (<http://www.merdeka.com/teknologi/google-maps-jadi-aplikasi-smartphone-paling-sering-digunakan.html>, diakses pada 1 September 2015)

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/37728/4/Chapter%20II.pdf>

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/39653/4/Chapter%20II.pdf>

Indonesia Diproyeksi Lampau 100 Juta Pengguna Smartphone di 2018, Keempat di Dunia.

(<https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>, diakses pada 1 September 2015)

McQuail, Denis . (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika

Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. (<http://teknokompas.com>, diakses pada tanggal 1 September 2015) Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia

Poetrafoto. 2011. *What is Composition in Photography? Mengenal Komposisi, POI, Rule of Third, Nine Point, Golden Mean, dan Framing Agar Foto Lebih Menawan*. (<http://blog.poetrafoto.com/what-is-composition-in-photography-mengenal-komposisi-poi-rule-of-third-nine-point-golden-mean-dan-framing-agar-foto-lebih-menawan/>, diakses tanggal 6 September 2015)

Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia

Waze Jadi Aplikasi Wajib Anti-Macet di Indonesia. (<http://teknokompas.com/read/2014/02/12/0956111/waze.jadi.aplikasi.wajib.anti-macet.di.indonesia>, diakses pada 1 September 2015)