



**Pembuatan Website Magazine “Pranala”  
Bekerjasama dengan Ekspresi Suara Remaja**

**Karya Bidang**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata I**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : R. Godham Wishnu Perdana**

**NIM : D2C009103**

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

**2016**

# Pembuatan Website Magazine “Pranala” bekerjasama dengan Ekspresi Suara Remaja

Oleh : R. Godham Wishnu Perdana

---

---

## ABSTRAKSI

*Website magazine* menjadi salah satu sumber informasi di dunia yang dewasa ini serba *digital*. Musik menjadi komoditas pertukaran sosial di kalangan anak muda, Semarang khususnya. Anak muda lantas mencari informasi musik di *website magazine* untuk kebutuhan pertukaran sosial mereka. Karya bidang ini bertujuan melahirkan *website magazine* yang menyajikan informasi tentang musik lokal kota Semarang.

Karya bidang ini merupakan produk jurnalistik yang dibuat berdasarkan teori jurnalistik *online* dari buku karangan Asep Syamsul M. Romli (2012) yang berjudul *Jurnalistik Online*. “Pranala” juga menjadi salah satu bentuk *local movement* yang mendukung *local wisdom*.

Dari hasil karya bidang, diketahui bahwa tingkat kunjungan ke *website magazine* “Pranala” mencapai target. Pengunjung *website* selalu ada yang baru tiap harinya dan *followers* media sosial “Pranala” turut menyebarkan artikel. Membuktikan bahwa *website magazine* yang menyajikan informasi musik kota Semarang dibutuhkan oleh anak muda kota Semarang.

Dari hasil karya bidang diketahui bahwa *website magazine* yang mengangkat tema musik memiliki pengaruh terhadap pertukaran sosial anak muda. *Website magazine* musik juga dapat menjadi sarana promosi bagi musisi agar karya mereka lebih dikenal.

**Kata kunci** : *website magazine*, musik, Semarang, anak muda.

## **“Pranala” Website Magazine Making in Collaboration with Ekspresi Suara Remaja**

By : R. Godham Wishnu Perdana

---

### **ABSTRACT**

Website magazine become one source of information in this digital age. Music becomes commodities social exchange of teenager and young adult, especially in Semarang. Teenager and young adult looking for music information on the website magazine to the needs of their social exchange. This final project is intended to create website magazine which presents information about local music of Semarang city.

This final project is a journalism product based on the theory of online journalism from book by Asep Syamsul M. Romli (2012) called Online Journalism. “Pranala” also became one of local movement that supports local wisdom.

From the results of this final project , it is known that the visitors of “Pranala” is reach the target. The website visitors are always new every day and “Pranala”s social media followers also help spreading articles. It’s a prove that website magazine which presents music information of Semarang is required by teenager and young adult of the city.

From the results of this final project, it is known that music theme-website magazine having influence on social exchange of teenager and young adult. Music theme-website magazine also can be a promotional medium for musicians for the better known work.

**Keywords** : website magazine, music, Semarang, teenager & young adult.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Kenaikan pengguna media *online* dari tahun-ketahun menjadi tolok ukur sebuah kekuatan atau keunggulan yang dimiliki media *online* yang tidak akan bisa dicapai oleh media konvensional. Menurut Romli (2012:33), keunggulan media *online* yang sekaligus menjadi karakteristiknya, antara lain, pertama, dapat memuat atau menyajikan informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan. Kedua, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian, dengan kata lain setelah informasi diposting atau dimuat, dapat langsung diakses semua orang. Ketiga, pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat. Keempat, halaman web dapat menampung naskah sangat panjang. Kelima, jadwal terbit dapat kapan saja dan menjangkau seluruh pembaca di dunia yang memiliki akses internet. Keenam adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*. Dan terakhir informasi tersimpan dan dapat ditemukan melalui *link*.

Kelebihan dan keunggulan dari media *online* ini tentunya menjadi kesempatan bagi para pekerja industri kreatif, khususnya yang berhubungan langsung dengan media, untuk menciptakan khalayak baru. Dengan kata lain, melalui media *online* akan menciptakan suatu cara yang unik atau baru untuk memproduksi sebuah produk media, mendistribusikan dan akhirnya mendapatkan konsumen.

Media *online* memiliki beberapa kategori, yaitu portal, *website*, radio *online*, TV *online*, dan *email*. *Website* atau *site* adalah halaman (media) yang mengandung teks, video, audio, dan gambar. *Website* bisa diakses melalui internet dan memiliki alamat internet yang dikenal dengan URL (*Uniform Resources Locator*) yang berawalan *www* atau *http://* (*Hypertext Transfer Protocol*). (Romli, 2012 : 31)

Salah satu bentuk dari *website* adalah *website magazine*. *Website magazine* yaitu majalah yang melalui tahap digitalisasi dan dapat diakses melalui internet.

([www.scanie.com/home/pengertian-online-magazine/](http://www.scanie.com/home/pengertian-online-magazine/), diakses pada 14 Mei 2015 pukul 17.45 WIB) Kebanyakan dari *website magazine* merupakan versi *online* dari majalah cetak. Contoh majalah cetak yang mempunyai versi *online* berupa *website magazine* adalah majalah “Rolling Stone” dengan [rollingstone.co.id](http://rollingstone.co.id), majalah “Cosmopolitan” dengan [www.cosmopolitan.co.id](http://www.cosmopolitan.co.id), dan majalah “Trax” dengan [www.traxmagz.com](http://www.traxmagz.com).

Menurut hasil wawancara yang dilakukan terhadap 50 responden anak muda yang berdomisili di kota Semarang, dalam proses pertukaran sosial atau pergaulannya, membutuhkan info tentang musik terbaru, khususnya info tentang perkembangan musik kotanya sendiri. Yang berarti, pengetahuan tentang musik terbaru telah menjadi kebutuhan pergaulan di kalangan anak muda. Rujukan para responden untuk mengetahui informasi musik berasal dari media *online*, khususnya situs [RollingStone.co.id](http://RollingStone.co.id).

## **1.1 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan di latar belakang maka kami bekerja sama dengan ESR membuat sebuah media baru bernama “Pranala”. “Pranala” merupakan *website* musik yang akan menyajikan informasi seputar musik lokal Semarang. Hal ini dikarenakan musik merupakan komoditas dalam pertukaran sosial para remaja dan bagian dari gaya hidup mereka, sementara belum ada media di Semarang yang khusus menyajikan informasi seperti yang disajikan “Pranala”. Secara tidak langsung, keberadaan “Pranala” telah memberikan wadah bagi para musisi dan musik lokal Semarang sehingga bisa lebih dikenal baik di Semarang maupun di luar Semarang.

## **1.2 TUJUAN**

1. Mendapat minimal 578 pengunjung dalam 1 bulan.

2. Mendapat minimal 10 komentar positif pada masing-masing berita dalam 1 bulan (komentar ada pada sosial media).

### 1.3 TARGET AUDIENS

#### Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 17-25 tahun

Status Ekonomi Sosial: B-A

Wilayah : Audiens yang tinggal di daerah perkotaan maupun kawasan sub urban di kota Semarang seperti kecamatan Tembalang dan kecamatan Banyumanik.

#### Psikografis

1. Pengguna aktif internet dan media sosial
2. Anak muda yang *hip*, menyukai musik dan mengikuti perkembangan tren gaya hidup anak muda.
3. Menggemari musik *all genre*, dari band *mainstream* sampai *indie*.
4. Haus informasi tentang musik dan tren gaya hidup anak muda.
5. Suka mengunjungi event musik seperti konser dan pameran.

### 1.4 FORMAT

“Pranala” merupakan sebuah *website magazine* yang akan mengangkat tema tentang musik, khususnya musik Semarang. Tema musik dipilih karena berdasarkan hasil *interview* musik telah menjadi bagian dari gaya hidup dan memiliki pengaruh bagi kehidupan bersosial mereka. “Pranala” hadir untuk memenuhi kebutuhan remaja akan musik dan juga menjadi media pendukung *local movement*, dengan cara mengangkat isu mengenai musisi dan musik-musik yang ada di kota Semarang.

Projek ini dijalankan pada tanggal 5 Oktober 2015 hingga 6 Desember 2015.

Berikut Rubrikasinya :

**a. Flash News!**

Rubrik “Flash News!” berisi info terbaru tentang band/musisi kota Semarang atau *event* musik terbaru yang akan digelar, yang nantinya akan di-*update* tiap harinya.

**b. Local Noise**

Rubrik “Local Noise” berisi wawancara dengan band-band kota Semarang. Berikut adalah jadwal yang direncanakan untuk rubrik “Local Noise” :

- Minggu ke-1 : Gagak Rimang Stoned & Archirave.
- Minggu ke-2 : Moiss & Swagali.
- Minggu ke-3 : Good Morning Everyone & AK//47.
- Minggu ke-4 : Sugar Bitter & Absurd Nation.
- Minggu ke-5 : Aljabar & Glasstrick.
- Minggu ke-6 : Harvest Moon & Antaralain.
- Minggu ke-7 : Funbox & Swara Nusantara.
- Minggu ke-8 : Holy Baby Horny & Rastaline.

**c. Reviews**

Rubrik “Reviews” berisi resensi/*review* album terbaru dari musisi/band Semarang, liputan *event* seperti konser musik atau pameran yang berkaitan dengan musik yang diadakan di Semarang.

**d. Semarang’s Notes**

Rubrik “Semarang’s Notes” berisi artikel *feature* atau tulisan panjang mendalam mengenai musik kota Semarang dan hal-hal yang berkaitan dengan itu.

**e. Jukebox**

“Jukebox”, yaitu daftar 10 album musik favorit beserta alasannya pilihan para musisi kota Semarang.

## **1.5 ANGGOTA TIM DAN *JOB DESCRIPTION***

Berikut ini anggota tim “Pranala”:

- a. R. Godham Wishnu Perdana sebagai editor artikel, reporter 1, dan pengelola *website*.
- b. Didit Sarwo Edi Nugroho sebagai reporter 2, fotografer, dan editor foto.
- c. Rachmawati sebagai divisi *Marketing Communication: promotion*.
- d. Zendy Nutriawan Agasy sebagai divisi *Marketing Communication: sales*.

*Job Description* :

- Editor artikel: Bertanggung jawab untuk melakukan perencanaan peliputan dan melakukan proses *editing* tulisan artikel yang akan di publikasikan di *website* “Pranala”.
- Reporter: Bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan peliputan dan wawancara, mulai dari menulis artikel sampai mengambil foto/gambar.
- Fotografer: Bertanggung jawab melakukan pemotretan untuk foto yang akan diunggah ke *website*.
- Editor foto: Bertanggung jawab untuk menentukan teknik pemotretan, ukuran file foto yang akan diunggah, menulis caption foto, dan mengedit foto.
- Pengelola *website*: Bertanggung jawab untuk mengunggah artikel ke *website* “Pranala”.
- *Promotion*: Membuat strategi promosi dan bertanggung jawab atas kegiatan promosi *website* “Pranala”.
- *Sales*: Bertanggung jawab atas kegiatan pencarian pengiklan untuk mendukung produksi *website* “Pranala”.

## BAB II PEMBAHASAN

Dalam sebuah media massa terdapat editor yang bertugas untuk memimpin redaksi, begitu pula seorang editor *website magazine* Pranala yang bertugas untuk menentukan isu yang akan diangkat, memeriksa dan menyunting artikel dan mempersiapkan artikel untuk diterbitkan. Editor Pranala juga bertugas membuat artikel wawancara maupun berita. Sehingga tak jarang editor Pranala selain memimpin redaksi juga turun ke lapangan untuk melakukan peliputan dan wawancara langsung terhadap narasumber.

Sedangkan reporter *website magazine* Pranala bertugas untuk meliput acara, membuat dan menyusun berita dan mewawancarai narasumber. Posisi reporter berada di bawah editor, kemudian hasil pekerjaan reporter juga diperiksa oleh editor sebelum diterbitkan

Editor artikel dan reporter “Pranala” mengadaptasi beberapa panduan dari buku *Jurnalistik Online* karangan M Romli (Romli, 2012: 55), yaitu:

- a. Menggunakan judul yang *to the point* langsung ke pokok informasi, dibandingkan dengan judul yang lucu atau cantik.
- b. Dalam menulis artikel menggunakan butir-butir (numerik, *bullet*, atau *numbering*), istilah dalam bahasa Inggris diberi format *italic*, kaena pembaca tidak membaca per kata, tetapi lebih banyak *scanning* (79%), hanya 16% yang membaca per kata, tampilan situs, terutama kata yang di *highlight*, jenis huruf berbeda, penyajian dengan butir-butir dan sekitar 20% pengunjung *website* membaca kata demi kata: judul, anak judul, *text boxes*, serta huruf tebal, miring, garis bawah, dan huruf berwarna. Dalam mengedit rubrik *Flash News*, *Local Noise*, *Semarang Notes*, *Reviews* dan *Jukebox*, editor menggunakan format butir-butir *Q&A* (khusus *Local Noise*) dengan judul yang *to the point* alias tidak bertele-tele

- c. *Highlight* kata-kata penting dengan warna yang berbeda, cetak tebal, jenis huruf, ukuran huruf, *hypertext/hyperlink*.
- d. Buat tulisan pendek/ringkas. Jumlah kata paling banyak 50% dari media cetak. Satu alinea idealnya hanya terdiri dari 65 karakter atau 5 baris. Reporter “Pranala” mengerjakan paragraf setiap artikel secara ringkas, kurang lebih 5 baris.
- f. Menerapkan prinsip piramida terbalik. Reporter “Pranala” menggunakan prinsip piramida terbalik dalam mengerjakan berita di rubrik *Flash News*, di mana info yang penting ditulis di awal paragraf.
- h. Gunakan *hyperlink* dan *link* untuk memperkaya tulisan. Contohnya imbuhkan video musik/lagu dari akun Youtube/Soundcloud musisi yang diberitakan tersebut. Editor “Pranala” selalu menambahkan link Youtube/Soundcloud dari musisi/band yang sedang dibahas untuk memperkaya artikel dan mengenalkan musik mereka ke pembaca.

## **BAB III PENUTUP**

### **3.1. SIMPULAN**

- a. “Pranala” berhasil memenuhi target audiens yaitu 1.158 *visitor* selama 63 hari, sementara audiens “Pranala” sendiri selama 63 hari adalah 2.416 *visitor*.
- b. Konsep yang dipilih “Pranala” untuk menyajikan sebuah *website* yang berisi informasi seputar musik lokal Semarang dinilai berhasil, karena 94% dari 50 responden mengaku “Pranala” sudah mewakili remaja Semarang (dari segi tampilan *website* dan isi berita).
- c. Pembaca “Pranala” menyukai teknik pemberitaan yang diterapkan oleh “Pranala”, yakni judul artikel yang *to the point*, jumlah kalimat dalam satu paragraf yang tidak lebih dari 5

baris, dan gaya bahasa yang digunakan adalah sederhana, lugas, hemat kata, menghindari *stereotype* dan disesuaikan dengan target audiens anak muda.

d. Pembaca “Pranala” menyukai artikel yang memiliki nilai berita yakni *Proximity* (kedekatan geografis dan psikologis), *Timeliness* (berita aktual), *Prominence* (subyek merupakan tokoh populer) dan *Conflict* (konflik).

e. “Pranala” tidak berhasil memenuhi target artikel yang telah dijadwalkan, yaitu telah mewawancarai 6 band dari target 16 band untuk rubrik *Local Noise*, 2 artikel *Jukebox* dari target 8 artikel dan 2 komunitas musik dari target 5 komunitas untuk rubrik *Semarang’s Notes* dalam kurun waktu 63 hari, namun ada beberapa artikel yang tidak sesuai dengan perencanaan. Dari 26 artikel yang sudah ditetapkan diperencanaan, 38% (10 berita) sesuai rencana.

f. “Pranala” berhasil menjadi *website magazine* yang menyediakan informasi musik lokal Kota Semarang dan menjadi karya bidang ilmiah yang menerapkan materi mata kuliah Jurnalistik, khususnya Jurnalistik Online.

### **3.2. REKOMENDASI**

a. Menentukan tampilan *website*, isi berita dan teknik pemberitaan yang digemari oleh pengunjung *website* dengan melakukan pra riset.

b. Untuk artikel berita dan peliputan komunitas lebih baik disertai wawancara dengan anggota band/komunitas.

c. *Website* harus memiliki tampilan yang bagus secara artistik dan fungsi agar pembaca betah mengunjungi *website* dan akan mengaksesnya kembali..

d. Lebih memperhatikan jadwal peliputan. Tetapkan perencanaan peliputan selama sebulan kedepan.