



**PERAN KOORDINATOR MULTIMEDIA DAN REPORTER
DALAM MANAJEMEN PENGELOLAAN KANAL “ENJOY
SEMARANG” DI WEBSITE TRIBUN JATENG**

**Manajemen Pengelolaan Kanal “Enjoy Semarang” di Website Tribun
Jateng, Bagian I**

(Desain Infografis, Galeri Foto, Map, Videogafer, dan Reporter)

KARYA BIDANG

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Muhammad Irzal Adiakurnia

NIM : 14030112140033

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2017

ABSTARKSI

Judul Karya Bidang : Peran Koordinator Multimedia dan Reporter, dalam Manajemen Pengelolaan Kanal “Enjoy Semarang” di Website Tribun Jateng
Nama : Muhammadi Irzal Adiakurnia
NIM : 14030112140033

Di era kemajuan teknologi, Indonesia turut berperan sebagai salah satu negara pengguna internet terbanyak, yaitu 88,1 juta pengguna aktif (2016). Yahoo dan Daylysocial.net mengatakan pengguna internet Indonesia lebih memilih akses informasi di internet, dibanding radio dan koran. Ini menandakan berbagai media masa harus berkonvergensi dengan *online* dan lebih ramah bagi pengguna internet.

Tribun Jateng, salah satu media dalam Group of Regional Newspaper, Kompas Gramedia juga melakukan kovergensi media ke ranah *online*. Tribun Jateng memiliki *website jateng.tribunnews.com*, yang didalamnya terdapat kanal yang bernama *Enjoy Semarang*. Namun, kanal tersebut tergolong baru dan bukan prioritas redaksi Tribun Jateng, terlihat dari kurang updatenya berita pariwisata di kanal tersebut. Beritanya masih didominasi saduran dari rekanan media-media lainnya. Pengunjungnya pun masih jauh lebih sedikit, dari kanal-kanal lain di *website* Tribun Jateng.

Kami, menilai kanal *Enjoy Semarang* cukup potensial untuk menyebarkan informasi dan mendukung bisnis di Tribun Jateng. Hal tersebut terlihat dari hasil riset minat pariwisata yang tinggi dan industri pariwisata yang kian berkembang di Indonesia. Kami, pun bekerjasama dengan Tribun Jateng untuk membangun kanal *Enjoy Semarang* tersebut, yang dalam pelaksanaannya berubah nama menjadi kanal *travel*. Kami mengaplikasikan beragam inovasi, mulai konsep peliputan, integrasi multimedia (infografis, video perjalanan, *map*, dan galeri foto), integrasi media sosial baru, dan marketing juga bisnisnya untuk kanal tersebut.

Selama dua bulan 21 hari, hasil yang diperoleh ialah menaikkan *pageview* sebanyak 12.263, dengan menghasilkan 310 berita, empat infografis, 22 galeri foto, empat video, sembilan *map*, 800 followers dari Instagram dan Line, juga 1000 lebih tanggapan di media sosial. Sedangkan dari ranah bisnis, berhasil mendapatkan dua *advertorial*. Kami pun membuat rangkaian acara *online* dan *offline* yang meningkatkan *awareness* terhadap kanal *travel* dari 27% menjadi 75%.

Media online sudah menjadi salah satu rujukan utama pembaca berita. Persaingan ketat antar media, membuat masing-masing tidak boleh mengabaikan inovasi teknologi, dan cirikhas masing-masing media, yang dibutuhkan pembaca. Dalam pelaksanaannya, persaingan antar media membuat praktik jurnalistik kian bergeser dari nilai-nilai idealnya. Esensi jurnalistik sebagai pemberi informasi, serta edukasi kian bergeser mementingkan hiburan yang berujung pada banyaknya jumlah pembaca agar keuntungan bisnis semakin besar.

kata kunci: *media, online, multimedia, jurnalistik, website, travel*

ABSTRACT

Title : **The Role of Multimedia Coordinator and Reporter in Management of Enjoy Semarang Section in Tribun Jateng Website**
Name : **Muhammadi Irzal Adiakurnia**
NIM : **14030112140033**

In the era of advance technology, Indonesia participates as one of the countries that has a great number of internet users with 88,1 million active users in 2016. Yahoo and Daylysocial.net also said that Indonesian internet users prefer to access information through internet rather than radio or newspaper. This phenomenon indicates that various mass media must be converged with online in order to be easily accessed by the users.

Tribun Jateng as one of the media incorporated in Group of Regional Newspaper, Kompas Gramedia, has done its convergence with online media. Tribun Jateng has a website called jateng.tribunnews.com. There is a section in the website called Enjoy Semarang, but does not become a priority for Tribun Jateng editorial staff. That phenomenon can be seen from several evidences: the travel news which was not updated and some of them which were adapted from other media. Moreover, the number of its visitors is less than other sections in Tribun Jateng website.

We, as the team of the research study, have evaluated that Enjoy Semarang is potential to share information and support the business of Tribun Jateng. This is supported by two reasons: the huge interest of travel news and the rapid evolving of tourism industry in Indonesia. We have worked together with Tribun Jateng to build Enjoy Semarang section, which then changed into travel section. We have applied a lot of innovations with regard to the concept of covering news, multimedia integration (infographic, travel videos, map, and photo gallery), new integration of social media, marketing, and business for the sections.

For two months and 21 days, the result is the increase of page view until 12,263. There were 310 news, four infographics, 22 photo galleries, four videos, nine maps, 800 followers of Instagram and Line, and more than 1,000 comments on social media. As for business, we got two advertorials. We made a series of online and offline events to increase the awareness of the travel section from 27% to 75%.

Today, online media has become the reference of the readers. High competition makes each media cannot ignore the technology updates because it can build the innovation of technology and the special characteristics of the media. In the implementation, the competition has pulled the journalistic practice so that it has shifted from its own ideal values. The essence of journalism as the resources and the educators has changed, and it more concerns with the entertainment. This has led to the large number of the readers so that the business profit becomes bigger.

keywords: media, multimedia, online, journalistic, website, travel

A. LATAR BELAKANG

Di era kemajuan teknologi, Indonesia turut berperan sebagai salah satu negara pengguna internet terbanyak, yaitu 88,1 juta pengguna aktif (2016). Yahoo dan Daylysocial.net mengatakan pengguna internet Indonesia lebih memilih akses informasi di internet, dibanding radio dan koran. Ini menandakan berbagai media masa harus berkonvergensi dengan online dan lebih ramah bagi pengguna internet.

Kami, menilai kanal Enjoy Semarang cukup potensial untuk menyebarkan informasi dan mendukung bisnis di Tribun Jateng. Tribun Jateng, salah satu media dalam Group of Regional Newspaper, Kompas Gramedia juga melakukan kovergensi media ke ranah online. Tribun Jateng memiliki website jateng.tribunnews.com, yang didalamnya terdapat kanal yang bernama Enjoy Semarang. Namun, kanal tersebut tergolong baru dan bukan prioritas redaksi Tribun Jateng, terlihat dari kurang updatenya berita pariwisata di kanal tersebut. Beritanya masih didominasi saduran dari rekanan media-media lainnya. Pengunjungnya pun masih jauh lebih sedikit, dari kanal-kanal lain di website Tribun Jateng.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan paparan di atas, kami bekerjasama dengan Tribun Jateng untuk mengelola kanal tersebut.

C. TUJUAN DAN MANFAAT

Pembaruan konten pada kanal *Enjoy Semarang* ini bertujuan untuk :

1. Menyediakan berita terkini dan berbagai informasi seputar kuliner, wisata, dan tips-tips ringan Jawa Tengah melalui *website* yang dapat diakses oleh khalayak.
2. Menangani manajemen keredaksian dalam sebuah media *online* beserta kebijakannya dalam menyangkut seleksi pemuatan berita
3. Memanfaatkan dan memaksimalkan media sosial dalam pendistribusian berita untuk meningkatkan *visitor* kanal *Enjoy Semarang*
4. Memanfaatkan dan memaksimalkan beberapa *platform* multimedia dalam penyampaian informasi untuk meningkatkan *visitor* kanal *Enjoy Semarang*.
5. Menyusun strategi promosi kanal *Enjoy Semarang* serta mengimplementasikannya untuk memastikan keberhasilan pemasaran kanal *Enjoy Semarang*.

D. KONSEP RUBRIK “ENJOY SEMARANG”

Penentuan konten dipilih berdasarkan hasil riset tentang konten favorit saat mencari informasi. Dari hasil riset tersebut didapatkan 2 rubrik yang akan dimaksimalkan yakni Kuliner dan Destinasi.

a. Kuliner

Alasan pemilihan rubrik Kuliner yang akan “digenjot” beritanya lantaran kebanyakan masyarakat memilih kuliner sebagai informasi paling dicari ketika berwisata dan mengakses *website* Tribun Jateng. Rubrik Kuliner akan membahas bermacam makanan, dilihat dari segi sejarah, jenis makanan, atau bagaimana cara penyajian dan makanannya.

b. Destinasi

Rubrik Destinasi akan memberikan informasi mengenai tempat wisata di Semarang dan sekitarnya, yang nantinya akan dibagi menjadi 2 topik yaitu “Sejarah & Museum”.

Berita yang ditayangkan di *Enjoy Semarang* juga akan dilengkapi infografis serta video. Video dan infografis akan diselipkan di berita-berita yang bisa mendongkrak jumlah pembaca. Berita yang akan diunggah setiap harinya sebanyak 6 berita.

E. SEGMENTASI

Target Primer

Masyarakat yang tinggal di Jawa Tengah berusia 17-35 tahun dengan tingkat pendidikan SMA dan mahasiswa serta Pegawai Negeri/Swasta. Target primer ini yang termasuk generasi Y dan Z.

Target Sekunder

Masyarakat yang memiliki ketertarikan untuk mengetahui tempat-tempat yang dapat dijadikan tujuan berwisata di Kota Semarang dan sekitarnya.

F. OBJECTIVE

Meningkatkan jumlah *visitor* sebanyak 3000, dari 1.329 menjadi 4.329 *visitor*

Multimedia

- Memproduksi dengan total empat video dari pilihan beberapa topik yang disajikan
- Membuat infografis dengan total empat berita infografis dari topik berita yang disajikan
- Menyertakan *map* di dalam berita, dengan total minimal delapan map dari beberapa topik yang disajikan

- Membuat berita yang mengandung galeri foto, minimal dua berita tiap topik yang disajikan
- Membuat 80 berita selama periode karbid

G. DESKRIPSI PEKERJAAN

Berdasarkan hasil pra riset kami, *platform* untuk menyampaikan informasi seputar wisata, kuliner dan akomodasi yang paling diminati ialah foto, video, dan infografis. Ketiganya akan di sinkronkan dalam satu topik besar. Selain itu, melakukan proses peliputan berita baik tulis, foto, maupun video.

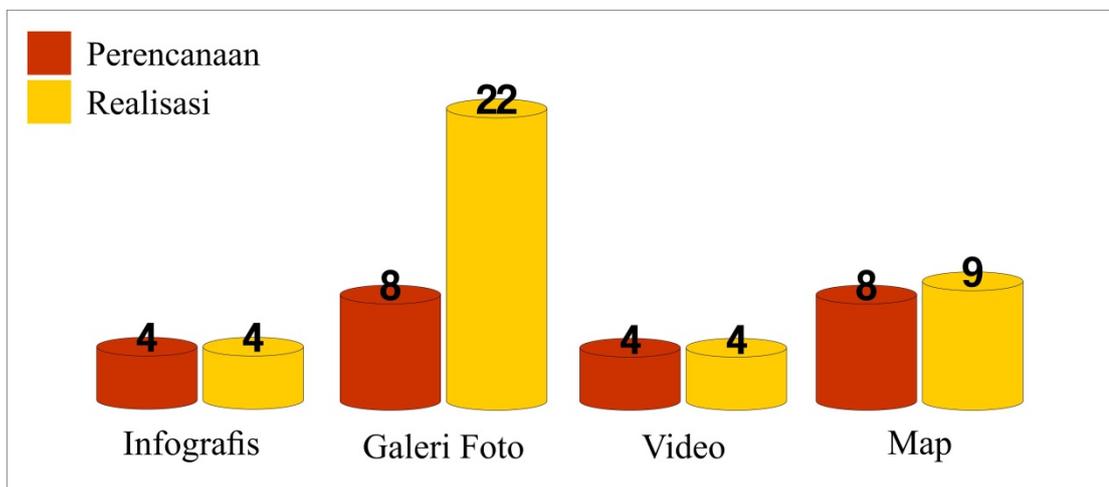
H. TARGET DAN CAPAIAN PELAKSANAAN

Tim karya bidang dalam perencanaannya, merencanakan ada empat topik besar yang akan diangkat, yaitu Kuliner Semarang, Wisata Malam, Serba Durian, dan Wisata Sejarah dan Museum. Namun, dalam pelaksanaannya tim karya bidang menambah satu topik, yaitu Jelajah Wisata, dikarenakan potensi wisata alam yang sangat banyak di Jawa Tengah menjadikannya dipisah dalam satu topik tersendiri. Dalam proposal, tim karya bidang mencantumkan nama kanal dari proyek ini ialah *Enjoy Semarang*, tetapi dalam pelaksanaannya diganti oleh pihak Tribun Jateng menjadi kanal *travel*.

Koordinator multimedia dalam pekerjaannya menggunakan beberapa model media yang disusun untuk melengkapi informasi yang ada, juga meningkatkan ketertarikan pembaca terhadap konten informasi yang disajikan. Sesuai perencanaan dalam proposal koordinator multimedia memiliki beban tugas sebagai berikut:

1. Koordinator multimedia menghimpun foto-foto yang menggambarkan sumber informasi kedalam satu berita menjadi galeri foto.
2. Koordinator multimedia memproduksi satu video di tiap topik, dengan total empat video minimum.
3. Koordinator multimedia membuat empat infografis dari tiap topik berita.
4. Koordinator multimedia menyertakan *map* dalam dua berita dari setiap topik.

Gambar 3.1
Perbandingan kuantitas konten multimedia dalam topik berita



I. TINJAUAN KRITIS

Setelah mengenyam pendidikan Ilmu Komunikasi juga pretek di beberapa media terutama setelah pelaksanaan karya bidang ini, penulis merasakan nilai-nilai jurnalistik yang bergeser dari makna semestinya. Apa yang penulis pelajari sebagai jurnalisisme yang ideal memang sudah tak sepenuhnya diterapkan insan pers, baik di lapangan maupun keputusan di meja redaksi.

Penulis “berkaca” dari berbagai kasus dalam perjalanan pers di Indonesia, yang mengalami banyak perubahan. Pada masa orde baru, memang pers jauh dari

kata ideal, jauh dari objektivitas, kritis, bahkan mencerdaskan. Dalam pasal-pasal yang ada di UU Pers no 40 tahun 1999 banyak terangkum posisi jurnalis sebagai insan pers ialah menjadi salah satu tonggak perkembangan bangsanya. Menjadi pilar demokrasi, yang harus tetap kritis melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum.

Penulis menilai, dewasa ini, persaingan dunia jurnalistik semakin ketat, dan tak hanya terjadi di dalam perusahaan, tetapi juga di lapangan oleh para reporter yang terjun langsung mencari sumber informasi. Ketika penulis melakukan karya bidang, dan terjun langsung bersama reporter-reporter dari media lain, memang hal tersebut sudah tak terhindarkan lagi. Mereka yang mendapat tekanan dari kantornya untuk memperoleh berita-berita cepat dalam waktu yang singkat kerap mengesampingkan nilai profesionalisme jurnalis. Belum lagi, kantor yang menuntut untuk mencari berita sensasional, yang “laku dijual” alias menghasilkan *clickbait* yang banyak untuk media online. Penulis menilai, pencerdasan oleh pers kini selalu menjadi isu yang terbelakang di meja redaksi. Terbukti kian populernya media-media yang menyajikan informasi kurang bermanfaat bagi masyarakat, seperti skandal *sex*, berita hiburan semata, sensasi selebritis, sampai hal sepele yang dikemas agar terlihat penting.

Selain isu pencerdasan, penulis pun mengalami saat proses meliput di kanal *travel* seolah kehilangan daya kritis. Reporter *travel* kerap dituntut memberitakan hal-hal yang indah, padahal kondisinya di tempat wisata tak selalu indah. Bahkan beberapa *stake holder* berpendapat, ketika jurnalis *travel*

menyampaikan sesuatu yang jelek mengenai pencapaian pariwisata Indonesia, berarti tidak mendukung industri tersebut untuk maju.

J. KESIMPULAN

Penulis mengimplementasikan beberapa mata kuliah Ilmu Komunikasi pada umumnya dan mata kuliah Jurnalistik khususnya, secara langsung dalam industri media. Disamping itu pelaksanaan karya bidang ini pun mengharuskan mahasiswa memberikan sumbangsi berupa inovasi, ataupun hal baru lainnya yang dapat diimplementasikan oleh industri yang bersangkutan.

Dalam pelaksanaannya, penulis yang tergabung dalam satu kelompok karya bidang, diberi cukup keleluasaan oleh Tribun Jateng, untuk mengimplementasikan rancangannya. Namun sayangnya, terlalu sibuknya kerja di lapangan sebagai reporter membuat penulis tak bisa leluasa mengeksplorasi tren media masa kini, hingga hal-hal fundamental di ranah redaksi dalam rangka mencapai target-target karya bidangnya.

Karya bidang sendiri menurut penulis memiliki banyak hasil yang bisa di dapat untuk hal akademik. Karya bidang menyuguhkan praktek-praktek di lapangan yang lebih ril dari teori yang dikemukakan dalam proses perkuliahan. Saat melakukan karya bidang, penulis sangat merasakan begitu dominannya keniscayaan era digital, kemajuan teknologi, hingga percepatan persebaran informasi. Hal tersebut sebenarnya penting untuk dikuasai oleh lulusan strata satu Ilmu Komunikasi Undip, dalam menyongsong dunia kerja kedepan.

K. SARAN

Saran bagi pelaksanaan karya bidang kedepan agar bisa lebih merencanakan lebih matang lagi. Seperti mengenal seluk beluk perusahaan tempat melaksanakan karya bidang.

Saran bagi lingkungan akademik FISIP Undip, khususnya Departemen Ilmu Komunikasi agar hasil dari temuan mahasiswa di lapangan seperti kerja praktik ataupun karya bidang ini bisa disebar luaskan, demi kepentingan akademik tentunya.

DAFTAR PUSTAKA

- Center of Journalists. (2003). Etika Jurnalisme, Debat Global. Wahington D.C: Institut Studi Arus Infomasi Kedutaan Besar Amerika Serikat.
- Chaer, Abdul. (2010). Bahasa Jurnalistik. Jakarta: Rineka Cipta
- Djuroto, T. (2004). Manajemen Penerbitan Pers. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Kertapati, Toni. (1986). Dasar-dasar Publisistik dalam perkembangannya menjadi Ilmu Komunikasi. Jakarta: Bina Aksara.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama Kusumaningrat. (2009). Jurnalistik Teori dan Praktik (4th ed). Bandung: Rosda Karya
- Lukmantoro, Triyono dan kawan-kawan. (2014). Jurnalistik Online: Teori dan Praktik di Era Multimedia. Semarang: AJI Semarang.
- Morissan. (2005). Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: PT. Ramdina Prakarsa.
- Romli, Asep Syamsul M. (2012). Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online. Bandung: Nuansa Cendikia.