



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

**(Manajemen Pengelolaan Kanal “Enjoy Semarang” di *Website* “Tribun  
Jateng” , BAGIAN III)**

**KARYA BIDANG**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1**

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

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Maulana Ramadhan**

**NIM : 14030112130127**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2017**

## ABSTARKSI

### Judul Skripsi

: Peran Koordinator Media Sosial Dan Reporter Dalam Manajemen Pengelolaan Kanal “Enjoy Semarang” Di Website “Tribun Jateng”

Nama

: Maulana Ramadhan

NIM

: 14030112130127

---

Perkembangan dunia teknologi informasi membuat harian tribun jateng hadir dalam bentuk *website* di *Jateng.tribunnews.com*. Terdapat berbagai kanal didalamnya salah satunya kanal wisata yang bernama *Enjoy Semarang*.

Pada pengelolaannya, kanal *Enjoy Semarang* berjalan kurang optimal dalam menarik *visitor* atau pengunjung. Berdasarkan hasil observasi, pengunjung kanal *Enjoy Semarang* perbulannya hanya sekitar 1392 *visitor*. Konten yang dimuat juga tidak merepresentasikan nama serta wilayah tribun jateng berasal. Berita-berita yang dimuat banyak berupa salinan dari media yang masih satu grup ataupun menyadur dari *website* berita asing. Oleh karena itu banyak ditemui berita-berita tentang pariwisata diluar Semarang, Jawa Tengah atau bahkan Indonesia.

Selain dari segi konten, pendistribusian berita lewat media sosial juga belum dioptimalkan. Tribun Jateng online memiliki tiga akun media sosial yakni *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. dalam pendistribusian berita lewat media sosial, Tribun Jateng tidak menggunakan metode khusus sehingga semua berita disampaikan dengan cara yang sama. Padahal pariwisata sebagai salah satu topik berita, potensial untuk menarik pengunjung *website*.

Kami bekerjasama dengan Tribun Jateng untuk mengelola kanal ini. Pengelolaan ini bertujuan untuk menyediakan berita orisinal dan terkni serta berbagai informasi seputar dunia wisata dan kuliner di Semarang dan Jawa Tengah melalui kanal *Enjoy Semarang* yang dapat diakses oleh khalayak. Selain itu kami menangani manajemen redaksional serta pengelolaan akun media sosial untuk distribusi berita dari kanal *Enjoy Semarang* yang kini telah berganti nama menjadi kanal *Travel*

Total pengunjung yang didapat kanal Tribun Jateng Travel adalah 13000 selama dua bulan dari target minimal sebanyak 4329. Dalam sehari jumlah trafik yang didapat mencapai 900. Tim Tribun Jateng Travel juga berhasil membuat 316 berita dari target minimal 300 berita selama dua bulan. Selama project berlangsung, Tim Tribun Jateng Travel juga berhasil membuat dua akun media sosial baru yakni *Instagram* khusus travel dan *Line*. Dua akun tersebut sudah mencapai target dengan mendapat total pengikut sebanyak 800.

Kanal pariwisata seperti Tribun Jateng Travel memiliki potensi besar untuk mendapat jumlah pengunjung yang tinggi. Kualitas berita tetap diutamakan agar tidak kehilangan pembaca. Meningkatnya jumlah trafik akan berdampak pada kelangsungan hidup media *online*.

**Kata Kunci :** *Website, Kanal Berita, Wisata, Jurnalistik, Media Online, Media Sosial.*

## **ABSTRACT**

**Title** : **The Role of Social Media Coordinator and Reporter In Management of Enjoy Semarang Section In Tribun Jateng Website**  
**Name** : **Maulana Ramadhan**  
**NIM** : **14030112130127**

---

The development of information technology has encouraged Tribun Jateng newspaper to form the website named [jateng.tribunnews.com](http://jateng.tribunnews.com). There are various sections included in the website; one of them is travel section called Enjoy Semarang.

In its management, Enjoy Semarang section does not work very well in attracting its visitors or viewers. Based on the observation, the number of Enjoy Semarang visitors is only about 1392 visitors. Moreover, the content included in the news does not represent the name and the region of where Tribun Jateng comes from. The published news on the website is mostly derived by copying news from the other incorporated media or adapting news from foreign media. Because of that reasons, there is some travel news that contains information from outside Semarang, Central Java or even Indonesia.

Besides its content, the distribution of the news through social media has not been optimized yet. Online Tribun Jateng has three social media accounts; they are Facebook, Twitter, and Instagram. With regard to the distribution through social media, Tribun Jateng does not use a specific method so that most of the news is published in the same way. As we can see, tourism as one of the most interesting topics is potential to attract the website visitors.

We have incorporated with Tribun Jateng to manage this section. This management is intended to provide new and original news and to share information about tourism world and culinary in Semarang and Central Java through Enjoy Semarang section that can be accessed by the public. Besides, we also have handled the editorial and the social media management to distribute news from Enjoy Semarang section which has now been renamed the Travel section.

The total number that can be gotten from Tribun Jateng Travel section is 13,000 per two months. This number is more than the minimal target which is 4,329 visitors. Within a day, the number of the obtained traffic has reached 900 visitors. Tribun Jateng team has also succeeded in making 316 news which is higher than minimum target, 300 news for two months. During the project, Tribun Jateng Travel team has also succeeded in making two social media accounts; Instagram travel specialization and Line. Those two accounts have reached its target within 800 total followers.

Travel section like Tribun Jateng Travel has huge potential to get a large number of visitors. The priority is to keep the quality of the news in order not to lose the visitors. The rise of the traffic number will impact on the existence of online media.

***Keywords: website, section, tourism, journalism, online media, social media***

## **A. LATAR BELAKANG**

Konvergensi media menjadi kebutuhan bagi setiap perusahaan pers di era jurnalisme online. Salah satu media massa yang melakukan konvergensi media ialah Tribun Jateng. Dalam *website* tersebut terdapat kanal yang bernama *Enjoy Semarang*. Kanal *Enjoy Semarang* pertama kali dirilis pada tanggal 11 Mei 2015. Pada waktu yang sama, jaringan Tribunnews di daerah lain juga membentuk kanal serupa *Enjoy Semarang*, dengan nama sesuai wilayah masing-masing.

Nama *Enjoy Semarang* didasarkan pada lokasi kantor Tribun Jateng yakni Semarang. Namun, untuk urusan isi konten tetap mencakup wisata se-Jawa Tengah. *Enjoy Semarang* mengusung cita-cita untuk menyebarkan informasi wisata Jawa Tengah kepada masyarakat di luar Jawa Tengah. *Enjoy Semarang* tidak terbatas hanya mengulas destinasi wisata di seputar Jawa Tengah, tetapi juga tentang kegiatan di Jawa Tengah.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Penggunaan media sosial dalam pendistribusian berita pada Tribun Jateng tidak terbagi sesuai jenis berita. Akun media sosial yang dimiliki oleh Tribun Jateng antara lain *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Seluruh kategori berita di-*posting* melalui akun-akun media sosial Tribun Jateng. Karena itu berita-berita dari kanal *Enjoy Semarang* akan mengalami tumpang tindih dengan berita dari kanal Tribun Jateng lainnya.

*Enjoy Semarang* sebagai kanal berita yang berfokus pada pariwisata dan kuliner memiliki segmentasi pembaca tersendiri, oleh karena itu apabila sistem

pendistribusian berita pada media sosial Tribun Jateng tidak dimaksimalkan akan berdampak pada berkurangnya potensi *visitor* kanal *Enjoy Semarang*.

### **C. 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 termasuk generasi Y dan Z, dimana generasi Z lebih menyukai konten dan media sosial berbasis visual seperti instagram.

Target primer ini juga merupakan pembaca yang memiliki ketertarikan di dunia *travelling* dan memiliki waktu luang untuk melakukan aktivitas *travelling*. Mereka yang ingin mencari informasi seputar tujuan *travelling* dan wisata di Kota Semarang dan sekitarnya.

- **Target Sekunder**

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

### **D. DESKRIPSI PEKERJAAN**

Dalam kegiatan ini penulis bekerja sebagai koordinator media sosial dan reporter. Koordinator media sosial sendiri bertanggung jawab terhadap unggahan berita di akun-akun media sosial yang digunakan sebagai media distribusi berita seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Line.

Sebagai reporter, penulis bertugas untuk melakukan kegiatan reportase mulai dari pencarian, peliputan hingga penulisan berita. Penulis diharuskan untuk membuat total 110 berita atau dalam sehari membuat dua sampai tiga berita sehari selama kegiatan karya bidang ini berlangsung.

## E. ANALISIS PENCAPAIAN

**Tabel Target dan Pencapaian Koordinator Media Sosial**

No	Target	Pencapaian
1.	Mendapat <i>feedback</i> dengan total 1000 <i>likes</i> , komentar dan share di akun-akun media sosial (Facebook dan Twitter)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook mendapat total 6682 <i>likes</i>, komentar dan <i>share</i>.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Twitter mendapat total 273 <i>likes</i>, <i>retweet</i> dan <i>reply</i></li> </ul>
2.	Mendapat 800 <i>followers</i> di akun media sosial baru (Instagram dan Line)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram sudah diikuti 558 <i>followers</i></li> <li>Jumlah <i>likes</i> sebanyak 1734</li> <li>Jumlah komentar sebanyak 71</li> <li>Jumlah unggahan sebanyak 60</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Line sudah diikuti 245 <i>followers</i></li> <li>Jumlah berita yang diunggah di Line sebanyak 95 unggahan</li> </ul>
		Total sudah mendapat 803 <i>followers</i> di akun media sosial baru.

**Tabel Target dan pencapaian sebagai reporter travel**

No	Tugas	Target	Pencapaian
1	Berita tulis travel	110 berita	31 Destinasi Jateng
2			56 Icip-icip Kuliner
3			Tujuh berita Jelajah Museum dan Sejarah
4			Tujuh berita Ragam Durian
5			11 berita Wisata Malam
<b>Total</b>		<b>110 berita</b>	<b>112 berita</b>

**F. REFLEKSI KRITIS PRAKTEK JURNALISME PADA KARYA BIDANG MANAJEMEN PENGELOLAAN KANAL “ENJOY SEMARANG” DI WEBSITE TRIBUN JATENG**

Penggunaan internet sebagai sumber berita bukan lagi menjadi hal yang asing seiring dengan kehadiran jurnalisme *online*. Internet dimana didalamnya termasuk media sosial dijadikan sebagai referensi serta data penunjang sumber-sumber primer seperti hasil wawancara. Pada praktiknya, media sosial juga kerap dijadikan bahan penentu *angle* berita atau topik bahasan. Pola sumber berita seperti ini tidak lepas dari tuntutan media *online* yang mengedepankan aktualitas berita. Proses verifikasi harus dikedepankan jika ingin menjadikan media sosial sebagai sumber berita primer.

Seiring persaingan media *online* yang semakin ketat, dunia jurnalisme online mulai terjebak oleh apa yang disebut dengan jurnalisme judul. Pakem dasar judul mulai berganti dimana judul dibuat sebombastis mungkin meski mewakili sedikit dari isi berita. Banyak kita menemui judul berita yang terlihat berbeda dengan isi berita. Penyebaran jurnalisme judul berjalan seiring dengan penggunaan media sosial. Khalayak tanpa melakukan verifikasi berita akan mudah menyebarkan informasi yang mereka terima. Konten di media sosial yang singkat dan padat biasanya dikonsumsi dengan perangkat ponsel yang berlayar kecil. Ini membentuk pembaca dengan daya baca yang pendek sehingga mereka mementingkan judul sebuah berita karena telah beranggapan judul adalah perwakilan isi berita, padahal pada kenyataannya tidak semuanya seperti itu.

## **G. KESIMPULAN**

Tujuan utama meningkatkan jumlah *visitors* kanal *Travel* berhasil dicapai dengan peningkatan jumlah yang sangat signifikan yakni melebihi target yang direncanakan 4329 *visitors* menjadi 13.000 *visitors*.

Secara tim dimana target awal jumlah berita yang dimuat di kanal *Travel* adalah 300 buah berita berhasil dicapai dengan jumlah 316 berita. Penulis yang juga bertugas sebagai reporter berhasil memenuhi target individu membuat 110 berita dengan capaian 112 berita. Selain itu karya bidang juga semakin menunjukkan peran penting media sosial dalam jurnalisme online. Media sosial mampu berperan sebagai referensi peliputan wisata hingga sumber berita.

Pemanfaatan media sosial ini menjadi fokus penulis yang juga bertugas sebagai koordinator media sosial.

## **H. SARAN**

Kanal Travel sebagai kanal pariwisata hendaknya dikelola secara serius dan teratur. Pada pelaksanaan karya bidang, kanal Travel memiliki potensi yang cukup besar untuk menjaring *visitors*. Tren travelling yang sedang berkembang menjadi ladang bagi media *online* untuk mengoptimalkan kanal Travel. Kuantitas dan kualitas berita tetap dijaga agar bisa bersaing dengan media-media *online* lain atau kini media sosial yang sudah bertransformasi sebagai referensi pariwisata. Pengoptimalan akun media sosial juga diperlukan agar *visitor* terjaring secara maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Djuroto, Totok. (2004). *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Kusumaningrat Hikmat, Purnama Kusumaningrat. (2005). *Jurnalistik Teori & Praktik*. Bandung : Rosdakarya

Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Lukmantoro, Triyono, *et. al.* (2014). *Jurnalistik Online: Teori dan Praktik di Era Multimedia*. Semarang : AJI Semarang.

Morissan. (2005). *Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: PT. Ramdina Prakarsa.

Musman, Asti, Nadi Mulyadi. (2013). *Jurnalisme Dasar : Panduan Praktis Jurnalis*. Yogyakarta: Citra Media.

Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung : Nuansa Cendikia.

Sudarman, Paryati. (2008). *Menulis Di Media Massa*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Tisnawati Sule, Ernie., Kurniawan Saefullah. (2005). *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Dewan Pers: Sosial Media Bisa Sebagai Sumber Berita

<http://www.antarane.ws.com/print/269920/dewan-pers-sosial-media-bisa-sebagai-sumber-berita> / Diakses pada 18 Maret 2017

Pola Kerja Manajemen Keredaksian (Keredaksian-5).  
<http://kampusindo.com/pola-kerja-manajemen-keredaksian-keredaksian-5/>.

Diakses pada tanggal 25 September 2016

**Website:**

Amalia, Ellavie Ichlasa. (2016, September 02). Jumlah Pengguna Line di Indonesia Terbanyak Keempat di Dunia. *Mediaindonesia.com* dalam <http://mediaindonesia.com/news/read/64899/jumlah-pengguna-line-di-indonesia-terbanyak-keempat-di-dunia/2016-09-02> Diakses pada 16 Februari 2017

Prodjo, Wahyu Adityo. (2015, Juli 04). Instagram Efektif Menyebarkan Informasi Pariwisata. *Travel.kompas.com* dalam <http://travel.kompas.com/read/2015/07/04/0916000/Instagram.Efektif.Menyebarkan.Informasi.Pariwisata>. Diakses pada 16 Februari 2017