



**Peran Koordinator Redaksi Dalam Pengelolaan Kanal Event di  
Website Phinemo.com**

**Karya Bidang**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1**

**Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Syaiful Millah**

**NIM : 14030113130089**

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro Semarang**

**2018**

**Syaiful Millah**

Universitas Diponegoro Semarang  
millahsyaiful@gmail.com

### **ABSTRAKSI**

Perkembangan teknologi khususnya dibidang informasi dan komunikasi mengakibatkan kemunculan media online yang mengacu pada perusahaan media massa dengan memanfaatkan teknologi internet. Media online sendiri berkembang sangat cepat dan masif, memungkinkan masyarakat untuk mengakses berbagai informasi dengan mudah dan cepat. Salah satu topik di media online yang menjadi primadona banyak kalangan masyarakat adalah mengenai pariwisata atau *traveling*.

Menurut laporan Kementerian Pariwisata, jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini membuat pemerintah melakukan berbagai strategi untuk mempromosikan sumber daya yang ada di Indonesia. Salah satunya dengan menyuguhkan event-event wisata yang mengangkat kebudayaan daerah setempat.

Namun, belum banyak masyarakat yang mengetahui terkait event wisata yang ada di berbagai daerah di Indonesia, ditambah lagi tidak banyak media yang berfokus menyuguhkan informasi mengenai hal tersebut.

Untuk itu, kami melakukan kerjasama dengan media online Phinemo.cm yang merupakan media online dengan fokus bahasan mengenai *traveling*. Kerjasama dilakukan dengan mengelola sebuah kanal bertema event wisata yang dikemas dalam bentuk berita *feature* dengan gaya bahasa yang lugas dan santai. Pengelolaan ini sendiri mencakup bidang redaksi, multimedia dan juga media sosial.

Hingga akhir periode, total akumulasi *viewers* yang didapatkan adalah 81.353 dari target yang ditentukan sebanyak 50.000. Total artikel yang diunggah ke website sebanyak 150 dengan jumlah target yang sama. Artikel yang dihasilkan telah melalui proses editing sesuai dengan standar keredaksian.

Pemberitaan mengenai event wisata memiliki peluang yang cukup besar untuk bersaing dengan konten lain di media online, terlebih ada banyak kegiatan wisata yang diadakan di berbagai daerah di Indonesia.

*Kata kunci : Media Online, Event Wisata, Redaksi*

## ABSTRACT

The technological development, especially in the field of information and communication, resulted in the emergence of online media that refers to the mass media companies by utilizing the Internet technology. The online media itself, quickly developed and became a massive, facilitate people for access all of the information easily and quickly. One of the most favourite topic that people search from online media is tourism, or about traveling.

According to a report by the Indonesian Tourism Ministry, amount of tourists increased in recent years. That things, demands the Indonesian government to create a strategy to promote the natural resources of Indonesia. One of the strategy by presenting an events that raised the local culture.

However, neither tourists nor local communities in Indonesia know little about an event that was held in various regions in Indonesia. and only a few media that focus on providing information about it.

Therefore, we work with online media Phinemo.com, which is an online media that focuses on traveling. We worked by managing a website about event tourism with the form of news features and using straightforward and casual style of language. This Managing covers the field of editorial, multimedia and social media.

Until the end of the period, the viewers accumulation up to 81,353 of the target number is 50,000. The total release of article is 150 with the same number of targets. The articles released are generated through editing process based on standard editorship.

News about event tourism has a great chance to compete with other themes in online media. Moreover, there are so many events held various region in Indonesia.

*Focus Key : Online Media, Event Tourism, Editorial*

## PENDAHULUAN

Sejak kemunculan media online di Indonesia pada tahun 1990an, kita bisa mencari berbagai informasi dengan mudah dan cepat. Selain topik ekonomi dan politik, topik yang juga banyak dicari ialah mengenai traveling atau pariwisata. Berdasarkan riset dari Litbang Kompas, dalam hasil wawancara tatap muka terhadap 1.200 responden dari 33 provinsi di Indonesia, mayoritas responden mengaku pernah berwisata. Sebagian besar publik dari berbagai latar belakang ekonomi mengaku setidaknya berwisata sekali setahun, dan satu dari

lima responden menyatakan rutin berwisata dua hingga tiga kali dalam setahun. (<http://print.kompas.com/baca/2015/11/03/Wisata-Menjadi-Kebutuhan-Publik> diakses pada 4 April 2017 pukul 12.30).

Berdasarkan data Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (<http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=17&id=3574>), terjadi peningkatan jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara yang cukup signifikan hingga april 2017, yakni sebanyak 10.4 juta wisatawan mancanegara dan 255.20 juta perjalanan wisatawan nusantara,

membuat pemerintah semakin gencar untuk mengevaluasi serta memperbaiki sarana dan fasilitas pariwisata yang ada di Indonesia. salah satunya ialah menjadikan event sebagai daya tarik untuk mendatangkan wisatawan dari nusantara maupun dunia.

*Event tourism* atau wisata event ialah jenis wisata yang menggunakan event sebagai objek utama yang dijual sebagai tujuan berwisata. Wisata event ini terdiri dari berbagai macam jenisnya, seperti event musik, event budaya, event agama, event olahraga, dan lain-lain. di Indonesia sendiri terdapat banyak sekali event-event pariwisata yang diselenggarakan baik yang tahunan ataupun dilaksanakan kondisional. Kementrian Pariwisata Indonesia merilis Book of Calender Event Nusantara 2017 yang memuat 3 event unggulan di setiap Provinsi yang ada di Indonesia. (<http://www.solopos.com/2017/02/12/pariwisata-indonesia-kemenpar-rilis-kalender-event-pariwisata-nasional-2017-792465>).

Phinemo.com adalah salah satu contoh media *online* atau portal berita *online* yang saat ini sedang berkembang. Phinemo.com yang merupakan anak dari perusahaan PT. DESnet (perusahaan penyedia jasa *Internet Service Provider*) berfokus pada pemberitaan tentang dunia

*traveling* dengan secara keseluruhan mengulas *travling* sebagai gaya hidup.

Event pariwisata sebagai bagian *travel lifestyle*, sendiri memiliki potensi untuk dijadikan bahan pemberitaan karena memiliki nilai-nilai berita seperti yang diungkapkan Septiawan (2005) yakni kejadian yang tidak biasa (unik), *human interest*, keterkenalan dan peristiwa yang ditunggu-tunggu masyarakat. Selain itu, konten event pariwisata juga bersifat berkelanjutan karena ada banyak event-event yang ada di Indonesia. Untuk itu, penulis dan tim bekerjasama dengan pihak Phinemo.com untuk mengelola kanal khusus yang berisi informasi mengenai event wisata di website Phinemo.com

### **Tujuan**

Tujuan penulis dalam karya bidang ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat konten yang berisi informasi seputar event pariwisata dengan berbagai kategori melalui media online dan melakukan pengelolaan keredaksian media online untuk mencapai target jumlah *viewers*.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **1. Media Baru**

Media massa saat ini berkembang begitu cepat seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga komunikasi massa

sekarang pun semakin canggih dan kompleks. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya media baru. Menurut Denis McQuail (2011: 43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan atau interkoneksi, akses individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitas yang semakin luwes, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Salah satu bentuk media baru yang paling populer adalah *World Wide Web* (WWW) memiliki ciri serupa seperti dikemukakan McQuail, yakni pembuat dan penerima pesan sulit dibedakan karena setiap orang memiliki akses untuk menghasilkan dan menerima pesan. Pada praktiknya, jenis media massa baru yang paling banyak muncul adalah Portal Berita Online yang merupakan sebuah situs di internet yang mengadopsi format media sebagai sumber penyedia informasi bagi khalayak.

## **2. Redaksi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) redaksi merupakan badan pada persuratkabaran yang memilih dan menyusun tulisan yang akan dimasukkan kedalam surat kabar dan sebagainya. Menurut Septiawan (2005) redaksi adalah sebuah struktur dan mekanisme yang terdapat didalam pengelolaan media massa baik media

cetak, elektronik maupun online yang bertugas untuk menentukan apakah suatu kejadian tertentu bisa memiliki nilai berita atau tidak sehingga layak untuk diberitakan.

Selain itu, event management juga bisa didefinisikan sebagai aplikasi dari manajemen proyek menjadi kreasi dan perkembangan acara dengan skala besar seperti festival, konferensi, perayaan, pesta formal, dan lain sebagainya. Hal ini meliputi kegiatan mempelajari brand, mengidentifikasi target audiens nya, memikirkan konsep, serta mengkoordinasikan aspek-aspek teknisnya. (Professional Convention Management Association, 2008: 35).

Secara umum tugas bagian redaksi sebuah media adalah mengisi surat kabar dengan konten berita yang telah lolos uji kelayakan oleh tim redaksi. Adapun menurut Soehoet (2002: 11) ada tiga tugas bidang redaksi : (1) mencari dan megumpulkan berita (2) mengelola berita serta lemngatur penempatannya (3) mengurus administrasi, dokumentasi dan perpustakaan untuk memudahkan pelaksanaan tugas-tugas.

Alur produksi berita pada media baru atau media online dalam prosesnya harus melewati serangkaian proses kerja keredaksian, yaitu mulai dari informasi

awal atau kejadian, penyusunan laporan, penyuntingan hingga diunggah menjadi berita jadi dan dikonsumsi oleh khalayak luas atau publik (Lukmantoro, 2014: 74).

### **Segmentasi**

Target Primer dari karya bidang ini, yaitu :

a. Demografis :

Usia : 17-35 tahun

SES : A-C

Pekerjaan : Mahasiswa – Pekerja Muda, Keluarga

b. Psikografis

- Tertarik dengan *traveling*
- Pengguna aktif internet
- Pengguna aktif media sosial

### **Anggota Tim**

Karya bidang ini dikerjakan oleh 3 orang dengan pembagian peran dan tugas sebagai berikut.

1. Ahmad Nursani (14030113130079) sebagai koordinator multimedia.
2. Syaiful Millah (14030113130089) sebagai koordinator redaksi.
3. Vania Malinda (14030113130090) sebagai koordinator media sosial.

### **PEMBAHASAN**

Penulis sebagai koordinator redaksi bertugas dan bertanggung jawab dalam hal keredaksian dalam karya

bidang event kanal Phinemo.com ini. Adapun tugas penulis adalah sebagai berikut :

#### **1. Membuat Konten Artikel**

Sebagai koordinator redaksi, awalnya penulis bertugas membuat list liputan sebagai pegangan reporter untuk terjun ke lapangan. List dibuat berdasarkan informasi dan riset yang dilakukan melalui berbagai sumber informasi.

Selanjutnya, penulis bertugas membuat konten artikel mengenai event pariwisata yang nantinya akan dipublikasikan di website Phinemo.com. Penulis memiliki target membuat 70 artikel dalam bentuk *upcoming*, *highlight* dan pengetahuan umum.

Dalam pelaksanaannya, penulis berhasil memenuhi target yang telah ditentukan yakni menghasilkan 70 artikel sesuai dengan standar ketentuan redaksi dengan rincian 24 konten *upcoming*, 31 *highlight* dan 15 konten pengetahuan umum.

#### **2. Editing dan Mengunggah Artikel**

Selaku koordinator redaksi, penulis juga bertugas untuk melakukan editing dan mengunggah artikel yang telah dibuat reporter selama masa karya bidang. Total seluruh artikel yang dihasilkan berjumlah 150 artikel.

Editing yang dilakukan mencakup mengecek penggunaan judul dan sub judul, memastikan kolom kategori dan tag terisi, memastikan penggunaan *focus key* dan *meta keyword* untuk penggunaan SEO, mengisi kolom *meta description* sebagai teras berita dan mengecek kembali secara keseluruhan artikel yang dibuat. Semua ini dilakukan untuk menunjang jumlah trafik yang telah ditargetkan sebelumnya.

### 3. Jumlah Viewers

Penulis sebagai koordinator redaksi juga mengurus hal terkait dengan jumlah trafik yang didapatkan kanal event Phinemo, bekerjasama dengan bagian multimedia dan media sosial untuk memastikan jumlah viewers terpenuhi.

Target yang ditentukan sebelumnya adalah mendapatkan 50.000 *viewers* selama masa karya bidang. Hasilnya, hingga akhir periode tim karya bidang Event Phinemo mendapatkan total jumlah *viewers* sebanyak 81.353 dari 150 artikel yang diterbitkan.

Hal-hal yang menunjang trafik dari kanal ini diantaranya pemilihan topik artikel, pemilihan judul artikel, penggunaan SEO dan *share* artikel di media sosial yang dimiliki oleh Phinemo.com.

## PENUTUP

Redaksi merupakan bagian yang sangat penting dalam pengelolaan sebuah media. Redaksi bisa dibidang sebagai dapur perusahaan yang meracik konten pemberitaan untuk disuguhkan kepada masyarakat.

### Kesimpulan

Karya bidang kanal event Phinemo ini telah selesai dilaksanakan dengan semua target dari setiap bagian terpenuhi. Selama pelaksanaan, terdapat kendala-kendala namun hal tersebut bisa diselesaikan oleh tim melalui diskusi dengan berbagai pihak. Target dalam karya bidang ini telah tercapai, mencakup publikasi artikel, penggunaan konten multimedia, *engagement* media sosial dan jumlah *viewers*. Pengalaman penulis selama masa karya bidang dirasa sangat bermanfaat sebagai terapan ilmu-ilmu yang dipelajari selama berkuliah di jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

### Saran

Berikut beberapa saran dari Penulis untuk beberapa pihak :

- a. Kepada pihak akademik, untuk selalu membuka diri terhadap perkembangan ilmu pengetahuan yang terus berkembang sehingga

mampu menyesuaikan diri dalam bidang keilmuan teoritik maupun terapan di lapangan.

- b. Kepada mahasiswa, penulis menyarankan untuk benar-benar memilih materi dan jenis tugas akhir yang sesuai dengan *passion* dan juga harus serius menjalani apa yang sudah dimulai.
- c. Kepada masyarakat umum, agar semakin teliti dalam mengonsumsi jurnalisme saat ini, khususnya jurnalisme online. Diperlukan perhatian lebih untuk bisa memilih dan memilah pemberitaan yang disiarkan. .

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hoeta Shohot, A.M. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta IISIP.
- Lukmantoro, Triyono, et. al. 2014. *Jurnalistik Online: Teori dan Praktik di Era Multimedia*. Semarang: AJI Semarang.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Buku 1 Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.

Santana, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Indonesia : Yayasan Obor.

#### **Sumber Lain**

<http://print.kompas.com/baca/2015/11/03/Wisata-Menjadi-Kebutuhan-Publik>

<http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=17&id=3574>

[www.solopos.com/2017/02/12/pariwisata-indonesia-kemenpar-rilis-kalender-event-pariwisata-nasional-2017-792465](http://www.solopos.com/2017/02/12/pariwisata-indonesia-kemenpar-rilis-kalender-event-pariwisata-nasional-2017-792465)