



**Peran Koordinator Media Sosial dalam Pengelolaan Kanal Event
di Website Phinemo.com**

Karya Bidang

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Vania Malinda

NIM : 14030113130090

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

2018

Peran Koordinator Media Sosial dalam Pengelolaan Kanal Event di Website Phinemo.com

The Role of Social Media Coordinator and Reporter in Management of Event Section in Phinemo.com Website

Vania Malinda

Universitas Diponegoro Semarang
Vaniamalinda28@gmail.com

ABSTRAKSI

Selain wisata alamnya yang tersohor, Indonesia sebenarnya mempunyai beragam jenis destinasi wisata lain yang dapat berpotensi menjadi destinasi wisata populer, contohnya event wisata. Potensi event wisata di Indonesia sangat besar, dimana Indonesia sendiri merupakan negara yang penuh dengan keberagaman. Sayangnya event wisata ini belum banyak diliput dan dipublikasikan oleh media online maupun *platform* pendukungnya seperti media sosial, sehingga jenis wisata ini tidak sepopuler wisata konvensional lain.

Berdasarkan hal tersebut, Tim karya bidang melakukan kerjasama dengan Phinemo.com, sebuah media *online* yang membahas seputar *traveling* untuk membuat dan mengelola sebuah kanal bertema Event yang akan menyediakan informasi dan berita mengenai event-event pariwisata. Berita-berita tersebut dikemas menjadi jenis berita *feature*. Menggunakan bahasa yang lugas dan santai, berita mengenai event wisata tersebut dibahas melalui berbagai sudut pandang. Usaha ini juga didukung dengan penggunaan media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak orang untuk mengenal event wisata di Indonesia.

Hasil yang didapatkan dari karya bidang ini ialah semakin terbukanya informasi mengenai event wisata di kalangan masyarakat. Serta menyadarkan para jurnalis akan pentingnya berfikir kreatif agar terus menghasilkan produk-produk jurnalistik yang bermanfaat bagi khalayak.

Kata kunci: Event wisata, berita, media sosial

ABSTRACT

In addition to its famous natural attractions, Indonesia actually has a variety of tourist destinations that can become a popular tourist destination, for example tourist arena. The potential of tourist event in Indonesia is very big, where Indonesia itself is a country full of diversity. Unfortunately this tour event has not been covered much and underlined by online media and supporting platforms such as social media, so this type of tour is not as popular as other conventional tours.

Based on this, the field work team collaborated with Phinemo.com, an online medium that discusses traveling to create an Event-themed event that will provide information and news on tourism events. The news-packed ones are packed into feature news types. Using a straightforward and casual language, news about this tour event covers various viewpoints. This effort is also supported by the use of social media in order to more people to know the tourist event in Indonesia.

The results obtained from the work of this field has been split on information about tourism events in the community. And make the journalists aware of the problem of creative thinking in order to continue to produce journalistic products that benefit the audience.

Keyword: event tourism, social media

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. Hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia mulai memahami pentingnya berwisata. Berwisata bukan hanya diperuntukkan bagi masyarakat menengah keatas yang memiliki banyak uang saja, namun semua kalangan bisa melakukan hal tersebut.

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. 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. Tampilan Phinemo.com memang belum lama ini berubah dengan menu-menu yang

berbeda. Sebelumnya ada satu menu di Phinemo dengan nama Festival Nusantara yang berisikan informasi pelaksanaan event-event pariwisata di seluruh Indonesia. Meski begitu menu ini hanya menampilkan waktu pelaksanaan beberapa event disertai dengan deskripsi singkat, namun tidak dijelaskan lebih lanjut atau bahkan menyediakan berita tentang event tersebut.

Tujuan

Tujuan karya bidang event Phinemo 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*.
2. Memanfaatkan dan memaksimalkan berbagai *platform* multimedia di media online dalam penyampaian informasi seputar event pariwisata.
3. Memanfaatkan dan memaksimalkan peran media sosial dalam pendistribusian dan pelengkap media online yang dimiliki.

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. Adapun perubahan utama yang terkait dengan munculnya media baru dari media massa konvensional yaitu :

- Digitalisasi dan konvergensi segala aspek di media.
- Interaktivitas dan konektivitas yang semakin meningkat.
- Mobilitas untuk mengirim dan menerima yang semakin cepat.
- Munculnya beragam bentuk baru dari *gateway* media.
- Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media.

2. Model Komunikasi pada Media Baru

Pada model komunikasi di media baru oleh McQuail bisa dilihat bahwa media baru memiliki banyak sumber informasi. Isi/konten yang disajikan pada media baru juga lebih bervariasi, begitu juga dengan audiens media baru yang lebih tersegmentasi

dan bersifat aktif serta efek dari informasi yang disampaikan pada khalayak melalui media baru cenderung tidak dapat diprediksi.

3. Media Sosial

Ada berbagai macam keuntungan yang bisa kita dapatkan dengan menggunakan media sosial, seperti memperluas pertemanan, menemukan komunitas yang memiliki ketertarikan sama dengan kita, juga bisa menjadi sarana promosi produk yang kita miliki. Diamond(2015:269) mengemukakan bahwa apabila kita ialah sebuah produk bisnis dan ingin berada di facebook, maka kita bisa menggunakan laman bisnis. Jelas merupakan keuntungan karena kita bisa menyebarkan konten kita secara luas. Lasmadiarta (2010:40) mengatakan bahwa, memanfaatkan fasilitas group pada facebook sangat efektif untuk bisnis yang masih baru atau *market segment*-nya belum banyak.

Segmentasi

1. Target Primer

Target primer dari Kanal Event Phinemo tidak berbeda jauh dengan segmentasi dari website Phinemo sendiri, yaitu masyarakat yang berusia 17-35 tahun dan berdomisili di Indonesia. Kemudian, mereka yang juga tergolong sebagai orang-orang yang akrab dan melek media khususnya media online

dan media sosial. Mereka secara aktif menggunakan internet sebagai wadah dan sarana untuk mencari informasi yang mereka inginkan, khususnya traveling/wisata. Dan paling utama, target primer ini adalah mereka yang menyukai dunia traveling dan mau menyempatkan waktunya untuk traveling, bahkan menjadikan traveling sebagai bagian dari gaya hidupnya.

1. Target Sekunder

Target sekunder ini ialah masyarakat umum yang memiliki ketertarikan ataupun hanya ingin mencari informasi seputar event pariwisata di tahun 2017. Dimana informasi tentang event pariwisata ini nantinya digunakan sebagai referensi wisata mereka, atau hanya sekedar menambah pengetahuan saja.

Anggota Tim

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

1. Syaiful Millah (1403013130089) Sebagai Koordinator Liputan dan editor
2. Vania Malinda (14030113130090) sebagai Koordinator Media Sosial dan reporter
3. Ahmad Nursani (14030113130079) sebagai Koordinator Multimedia dan reporter.

PEMBAHASAN

1. Koordinator Media Sosial

Seorang Koordinator media sosial bertanggung jawab untuk mendistribusikan artikel yang sudah dibuat oleh tim karya bidang melalui unggahan-unggahan di media sosial. Selain itu koordinator media sosial juga membuat berbagai konten diluar artikel yang ada, namun tetap berhubungan dengan event maupun pariwisata. Akun media sosial yang digunakan selama masa karya bidang ini dikelola bersama dengan pihak dari Phinemo.com(admin). Media sosial yang digunakan untuk mendukung karya bidang ini ialah Facebook dan Instagram.

2. Reporter

Reporter bertanggung jawab dalam hal peliputan, penulisan, dan pengambilan gambar di lapangan. Ada beberapa jenis konten atau artikel yang dibuat oleh reporter, diantaranya highlight event, upcoming event, tips dan trik serta pengetahuan umum. Highlight event merupakan jenis artikel yang mengangkat tentang informasi-informasi seputar event yang sedang berlangsung. Upcoming event mengangkat tentang event-event yang akan digelar beberapa waktu mendatang. Tips dan trik membahas tentang

ide maupun strategi dalam melakukan suatu hal yang tentunya berhubungan dengan wisata dan event. Sedangkan pengetahuan umum membahas tentang informasi-informasi menarik yang belum banyak diketahui orang-orang mengenai wisata dan event.

Untuk menghasilkan sebuah tulisan ada beberapa tahap yang dilakukan reporter. Tahap-tahap tersebut ialah Riset dan pengumpulan data, tahap peliputan, penulisan, dan yang terakhir *editing*.

PENUTUP

Penulis menyadari kebutuhan informasi semakin besar dari waktu ke waktu. Hal tersebut merupakan tantangan bagi penulis setelah lulus dari bangku perkuliahan yaitu sebagai pelaku jurnalistik, namun hal ini tidak boleh dijadikan sebagai ancaman justru dijadikan acuan agar semakin baik ke depan. Perkembangan teknologi saat ini membuat jurnalis harus berfikir kreatif untuk menciptakan produk-produk jurnalistik yang bermanfaat bagi semua lapisan masyarakat.

Kesimpulan

Penulis telah mencapai target yang sudah ditentukan di awal periode karya bidang.

Sebagai koordinator media sosial penulis mampu menghasilkan capaian melebihi target yang telah ditentukan, dan sebagai reporter penulis dapat menghasilkan berita sebanyak yang telah ditentukan di proposal yaitu 40 berita.

Penulis menyadari bahwa karya bidang ini bukan hanya tentang mencapai target yang ada, namun juga pengalaman mempraktekan secara langsung materi-materi yang telah didapatkan selama masa perkuliahan di jurusan Ilmu Komunikasi jurnalistik. Beberapa materi yang bisa dipraktikan langsung oleh penulis selama periode karya bidang ini ialah dalam hal menulis berita, liputan di lapangan, komunikasi kelompok, bekerja dalam sebuah tim, dan juga manajemen perusahaan media.

DAFTAR PUSTAKA

- Brogan, Chris. 2010. *Social Media 101 Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Canada: Wiley & Sons, Inc.
- Diamond, Stephanie. 2015. *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta: Serambi.
- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kurniawati, Mariana. 2013. *Dari Multi-Disorder hingga Multimedia Journalism – Sebuah Catatan Sejarah Media* Vol 1 No.1.
- Lasmadiarta, Made. 2010. *Extreme Facebook Marketing for Giant Profits*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Lukmantoro, Triyono, et. al. 2014. *Jurnalistik Online: Teori dan Praktik di Era Multimedia*. Semarang: AJI Semarang.
- Luwi, Ishwara. 2005. *Catatan-catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas.
- Margianto, Heru dan Asep Syaefullah. 2014. *Media Online: Antara Pembaca, Laba, dan Etika Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia*. Jakarta: AJI Indonesia
- Mayfield, Antony. 2008. *What is Social Media?*. London: iCrossing
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Buku 1 Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika
- Purnama, Hadi. 2011. *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Santana, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Indonesia : Yayasan Obor.
- Santoso, Hiarnoto dan Sukarto. 2009. *Sukses Berbisnis di Internet dalam 29 Hari*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sumber Lain

<https://kominfo.go.id/content/detail/5678/par>

[iwisata-kini-lebih-](#)

[bermakna/0/infografis](#) diakses pada

[Selasa 22.42](#)

<http://www.solopos.com/2017/02/12/pariwis>

[ata-indonesia-kemenpar-rilis-](#)

[kalender-event-pariwisata-nasional-](#)

[2017-792465](#) diakses pada Minggu

5 maret pukul 20.51

<http://www.antaraneews.com/berita/562387/p>

[engunjung-borobudur-naik-50-](#)

[persen-akhir-pekan-ini](#) diakses pada

Senin 4 Maret pukul 19.05

<https://lifestyle.sindonews.com/read/112956>

[8/156/sukses-dieng-culture-festival-](#)

[2016-menyedot-ribuan-](#)

[pengunjung-1470638721](#) diakses

pada Senin 4 Maret pukul 19.11

<http://kampusindo.com/search-keredaksian/>

diakses pada 11 Maret 2017, pukul

13.46

[Studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/43/28,](http://Studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/43/28)
diakses pada 5 April 2017

<http://www.internetworldstats.com/top20.htm>
diakses tanggal 4 April 2017
pukul 11.40

<http://print.kompas.com/baca/2015/11/03/Wisata-Menjadi-Kebutuhan-Publik>
diakses pada 4 April 2017 pukul
12.30

<http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=17&id=3574> diakses pada 4 April
2017 pukul 13.00

<http://www.alexa.com/topsites/countries/ID>
diakses pada 4 April 2017 pukul
13.25

<http://jateng.tribunnews.com/2016/01/09/tahun-ini-ada-106-event-di-jawa-tengah-ini-daftar-fokus-penataan-destinasi-wisatany> diakses pada 3
April pukul 11.00

