



Seminar dan Wokshop Jurnalistik Anak SMA “Yournalism”

Summary Karya Bidang

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama: Amal Gamasi T.R

NIM : D2C607006

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2013

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia saat ini merupakan masyarakat informasi yang menghabiskan sebagian besar waktunya dengan media komunikasi dan menggunakan teknologi informasi seperti ponsel dan komputer maupun laptop. Mereka akan mudah melakukan pertukaran data informasi karena saat ini, mengingat konvergensi media tidak hanya mengubah basis data dan medium yang menyalurkannya, tetapi juga secara keseluruhan mengubah proses produksi, pengolahan, dan distribusi informasi sehingga media-media seperti koran, radio, televisi, dan lain-lain akan berubah dengan bentuk-bentuk media baru yang sepenuhnya digital, seperti world wide web, dan internet.

Setiap orang bisa merencanakan liputan, meliput, menuliskan hasil liputan, mengedit tulisan, memuatnya dan menyebarkan di berbagai situs internet. Artinya semua orang sebenarnya bisa menjadi “jurnalisdadakan”, meski begitu tentu saja kualitas jurnalistik mereka masih bisa kita perdebatkan. (Haryati, 2007 : v)

Kehadiran situs berita atau portal berita juga dikhawatirkan bisa menjadi ancaman seluruh media massa konvensional. Ada juga media konvensional yang telah melakukan inovasi dan pengembangan produk ke arah *konvergensi* informasi demi mempertahankan eksistensinya. Suara Merdeka sendiri telah melakukan inovasi tersebut dengan nama *suaramerdeka.com*. Didirikan pada tanggal 14 September 1996 oleh H. Tommy Hetami (alm). Pada awalnya website *suaramerdeka.com* ini hanya berisikan berita edisi cetak yang diambil dari media cetak Harian Suara Merdeka. Sampai dengan 11 Pebruari 2000 barulah menambahkan pemberitaannya dengan edisi News Aktual beserta kanal-kanal lainnya. News Aktual ini dimaksudkan agar

SUARAMERDEKA.com tidak tertinggal dalam memberitakan sesuatu. Namun yang perlu diperhatikan adalah langkah-langkah apa yang harus dilakukan untuk melakukan inovasi pengembangan produk ke arah digital agar tetap bisa bertahan.

Melihat kenyataan yang seperti itu, perlu kiranya Suara Merdeka memberikan pendidikan jurnalistik sejak dini. Kegunaannya untuk mempersiapkan para calon generasi jurnalis muda untuk memasuki dunia jurnalis profesional mendatang di era *citizen journalism* dan meminimalisir keberadaan “jurnalis dadakan” tersebut. Di samping itu juga bermanfaat bagi berkembangnya masing-masing sekolah ke arah digital sebagai tempat media penyaluran bakat siswa dibidang penulisan, penyaluran minat dibidang yang sama, dan melatih siswa-siswi SMA atau SMK untuk tampil berani dan kritis dalam berbagai kondisi serta menjadikan mempromosikan Rubrik Ekspresi Suara Remaja (salah satu rubrik di Suaramerdeka.com yang membahas tentang dunia remaja) sebagai penyaluran ide maupun hasil karya mereka.

ISI

Konsep komunikasi pemasaran terpadu menekankan pentingnya elemen komunikasi dalam pemasaran. Komunikasi pemasaran terpadu adalah kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi untuk memberikan informasi kepada orang banyak dengan harapan, agar tujuan perusahaan tercapai, yaitu terjadinya pendapatan sebagai hasil penambahan penggunaan jasa atau pembelian produk yang di tawarkan. (Soemagara, 2006: 4)

Suara Merdeka membutuhkan suatu kegiatan promosi yang dapat menjangkau anak-anak SMA untuk secara aktif menuangkan ide-ide, hasil karya mereka di Rubrik Ekpresi Suara Remaja sehingga membutuhkan sebuah kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang tepat.

Melihat anak - anak SMA sekarang ini hidup dalam kecanggihan komunikasi dan informasi seperti adanya smartphone, laptop, dan peralatan IT canggih lainnya, strategi yang tepat adalah membuat kegiatan dengan memanfaatkan antusias mereka terhadap kemajuan IT tersebut mengenai dunia jurnalistik.

Event merupakan salah tool public relation yang berbeda. Secara konseptual event tidak hanya mengajak seseorang untuk menggunakan sebuah produk, namun lebih mendekati brand kepada target audience secara langsung sehingga memberikan pengalaman langsung dengan suatu brand. Pengalaman langsung dan baru ini memberikan dampak untuk menarik calon pelanggan baru atau menambah loyalitas pelanggan lama terhadap brand. Keuntungan event adalah bisa melibatkan banyak orang, beberapa orang memiliki “sense of publicity” yang mana akan menceritakan pengalaman mereka kepada orang-orang terdekatnya baik orang tua, teman-teman, bahkan di ruang sosial media. Dengan beberapa alasan diatas tim pelaksana memilih event “Yournalism” sebagai salah satu bentuk melakukan komunikasi pemasaran.

Kegiatan ini bertema “JOURNALISM” yang diambil dari penggalan kata “YOUNG” yang berarti muda dan “JOURNALISM” yang berarti dunia jurnalistik. Jadi makna keseluruhannya adalah saatnya dunia jurnalistik muda menunjukkan eksistensinya. Tagline yang saya ambil adalah “together make possible” yang dapat diartikan bersama-sama menjadi mungkin. Bentuk kegiatan ini adalah *seminar dan workshop* dengan mengumpulkan Siswa-siswi dari beberapa sekolah SMA di salah satu sekolah SMA Semarang dengan penjelasan target audien:

Aspek demografis

Target Primer : siswa-siswi SMA Semarang

Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan

Usia : 15 – 19 Tahun

SES : A – C

Aspek Geografis

Sekolah dengan perwakilan dari beberapa zona area Kota Semarang. Semarang Timur meliputi SMA 11, SMA 15, SMA 2, SMA KES 1. Semarang Tengah meliputi SMA 1, SMA 3, SMA 5, SMK 2, SMK 3, SMK 5, SMK 7, SMA LOYOLA, dan SMA SULTAN AGUNG 1. Daerah zona tengah lebih banyak karena dijadikan percontohan untuk mengukur seberapa efektif kegiatan ini bagi mereka mengingat letak sekolah mereka yang berada di pusat kota

Aspek Psikografis

Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, lebih banyak melakukan kegiatan diluar ruang, aktif mencari informasi, memiliki kehidupan sosial yang luas, dan peka terhadap lingkungan sekitar.

Mereka diberi pelatihan jurnalistik dengan pemberian materi mengenai dunia jurnalistik seperti penulisan berita, news reporting, dan desain layout dengan nara sumber dari orang-orang redaksi Suara Merdeka.

Setelah mendapat pelatihan dasar jurnalistik, saya berupaya untuk memicu semangat kreatifitas mereka dengan membuat kompetisi mading dengan cara yang berbeda. Melihat perkembangan dunia teknologi informasi sekarang ini, perlu kiranya kita melakukan sebuah inovasi yang berbasis pada teknologi informasi tersebut. Salah satu cara yang ingin saya terapkan yaitu kompetisi *e-mading*. *E-mading* adalah mading yang berbasis pada penggunaan internet. Lomba e-mading ini berformat .pdf dengan tema Semarang dan dengan beberapa kriteria antara lain tata layout, estetika, isi berita. Diharapkan dengan adanya lomba seperti itu mampu menjaga eksistensi dunia jurnalistik di sekolah terutama mading.

PENUTUP

Evaluasi diperlukan untuk mengukur keberhasilan suatu kegiatan yang telah dilakukan, melihat tahap-tahap yang telah ditetapkan sebelumnya serta menelaah kekurangan dari kegiatan tersebut agar kedepan dapat menjadi tolak ukur untuk kegiatan yang berkelanjutan ataupun menyelenggarakan kegiatan sejenis.

Rekomendasi memiliki tujuan untuk memeberikan saran dan menyempurnakan konsep serta dapat menjadi acuan jika akan menyelenggarakan kegiatan serupa. Rekomendasi juga ditujukan kepada pihak klien sebagai saran dalam melakukan kegiatan *marcomm* untuk memperbesar target audien serta menambah calon potensial target audien.

Evaluasi

Secara umum event "Yournalism" berjalan dengan baik. Namun ada beberapa poin yang telah ditetapkan sebelumnya, belum dapat dilaksanakan sesuai rencana antara lain:

1. Jumlah perwakilan murid dari tiap-tiap sekolah yang seharusnya 10 murid dengan satu pembimbing berubah menjadi 5 murid dan 1 pembimbing hal ini dikarenakan tim pelaksana tidak mampu melaksanakan kegiatan secara roadshow, hanya dikumpulkan di 1 tempat sehingga agar materi yang disampaikan tetap efektif cara yang ditempuh yaitu dengan pengurangan kuota dari tiap-tiap sekolah.
2. SMA Kesatrian 1 menolak untuk mengikuti kegiatan tersebut dengan alasan sudah bekerjasama dengan pihak lain dalam bidang yang sama yaitu jurnalistik
3. Birokrasi SMA Loyola sulit di ajak berkerjasama. Kurangnya koordinasi antara penjaga sekolah dengan pihak sekolah membuat surat undangan tidak sampai ke pihak sekolah, hal ini dibuktikan dengan tim pelaksana yang melakukan konfirmasi

tentang surat undangan tersebut yang didapat jawaban belum menerima surat undangan kegiatan itu

4. Tempat kegiatan yang semula memakai Aula SMA 1 Semarang pindah ke Aula SMA Sultan Agung 1 Semarang dengan alasan sama-sama berada di tengah kota
5. Periode waktu pada awalnya terbagi dalam 5 sesi. Sesi pertama untuk registrasi ulang, sesi 2 pemberian materi berita, sesi 3 penyampaian materi fun reporting, sesi 4 pemberian materi desain layout, dan sesi terakhir ditutup dengan penjelasan materi lomba e-mading. Namun karena adanya permintaan waktu dari sponsor untuk demo produk, tim pelaksana berkordinasi dengan pihak ESR untuk melakukan penyusunan acara ulang. Hasilnya susunan acara terbagi menjadi 6 sesi yaitu sesi 1 untuk registrasi ulang, sesi 2 untuk materi Yamaha, sesi 3 sambutan Suaramerdeka.com, sesi 4 materi berita, sesi 5 pemberian materi fun reporting, sesi 6 penyampaian materi desain layout, dan sesi terakhir penjelasan materi lomba e-mading.
6. Menunjukkan pertanggungjawaban anggaran melalui nota dan kwitansi 90% sesuai dengan rencana awal. Anggaran dana tersusun mulai dari pra-kegiatan hingga terlaksananya kegiatan seperti anggaran perijinan, kebutuhan waktu acara, dan anggaran hadiah e-mading. Melihat nominal anggaran dana yang begitu besar, tim pelaksana melakukan penyusunan anggaran ulang, hal ini dimaksudkan agar pihak sponsor tertarik untuk menjadi sponsor. Anggaran yang dinilai tidak begitu efektif tidak dimunculkan dalam anggaran melainkan di subsidi dari anggaran lain seperti biaya administrasi, doorprize, genset, dll.

Rekomendasi

Rekomendasi ditujukan kepada 2 pihak yaitu rekomendasi untuk acara apabila acara ini akan dilanjutkan kembali dan dan rekomendasi untuk pihak manajemen Ekpresi Suara Remaja.

Rekomendasi untuk acara “Yournalism”

1. Waktu persiapan event disarankan lebih kurang 2 bulan dengan perincian 1 bulan pertama untuk pembagian jobdesk, pencarian klien dan peserta, dan 1 bulan terakhir untuk *sounding* sponsorship, produksi kebutuhan acara sehingga tim pelaksana bisa melakukan pematangan konsep, kordinasi dan pembagian jobdesk secara mendetail serta *sounding* proposal sponsorship bisa lebih lama
2. Memaksimalkan surat rekomendasi dari Diknas agar sekolah menilai bahwa acara ini layak untuk diikuti sehingga mereka dengan sukarela mengijinkan siswa-siswi mereka mengikuti acara tersebut
3. Pemberian mentor untuk pendampingan mereka dalam menyusun e-mading setelah acara selesai sebagai salah satu bentuk perhatian pengelola kegiatan terhadap sekolah dan murid
4. Kemasan acara lebih dipercantik seperti penggunaan backsound saat acara menjelang usai
5. Pengelola kegiatan menyediakan spanduk pesan dan kesan guna mengukur kesuksesan acara

Rekomendasi untuk Ekpresi Suara Remaja

1. Kegiatan seperti ini bisa dijadikan kegiatan rutin ke sekolah-sekolah di Semarang sebagai media pendidikan bagi mereka
2. Materi- materi jurnalistik yang disampaikan disesuaikan dengan kondisi saat ini
3. Strategi roadshow ke sekolah sekolah dapat diterapkan guna menjaring dan mendekatkan target audien dengan Ekpresi Suara Remaja

4. Konsep yang sama dapat diterapkan di event selanjutnya dengan penyesuaian kondisi sekitar
5. Acara ini bisa menjadi tempat pemberian saran untuk Ekpresi Suara Remaja dari para audien, sehingga pihak Ekpresi Suara Remaja dapat berbenah ke arah yang lebih baik
6. Sebaiknya tetap menjalin komunikasi dengan mereka secara berkelanjutan meski event telah usai untuk mendekatkan brand dengan TA

DAFTAR PUSTAKA

Haryati,dkk. 2007. *Jurnal Observasi: Mengamati Fenomena Citizen Journalism / Vol. 5, No 1*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Soemanagara, Rd, 2006, *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategic dan Terapan*, Bandung: Alfabeta .

Shimp, Terence A, 2003, *Periklanan dan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke 5, Jakarta: Erlangga.

Aaker, David, 1991, *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: Free Press.

Nursito, 1999, *Membina Majalah Dinding*, Bandung: Adicita Karya Nusa.

ABSTRAKSI

Seminar dan Wokshop Jurnalistik Anak SMA “Yournalism”

Masyarakat Indonesia saat ini merupakan masyarakat informasi yang menghabiskan sebagian besar waktunya dengan media komunikasi dan menggunakan teknologi informasi seperti ponsel dan komputer maupun laptop. Mereka akan mudah melakukan pertukaran data informasi karena saat ini, mengingat konvergensi media tidak hanya mengubah basis data dan medium yang menyalurkannya, tetapi juga secara keseluruhan mengubah proses produksi, pengolahan, dan distribusi informasi sehingga media-media seperti koran, radio, televisi, dan lain-lain akan berubah dengan bentuk-bentuk media baru yang sepenuhnya digital, seperti world wide web, dan internet.

Setiap orang bisa merencanakan liputan, meliput, menuliskan hasil liputan, mengedit tulisan, memuatnya dan menyebarkan di berbagai situs internet. Artinya semua orang sebenarnya bisa menjadi “jurnalis dadakan”, meski begitu tentu saja kualitas jurnalistik mereka masih bisa kita perdebatkan.

Melihat kenyataan yang seperti itu, perlu kiranya Suara Merdeka memberikan pendidikan jurnalistik sejak dini. Kegunaannya untuk mempersiapkan para calon generasi jurnalis muda untuk memasuki dunia jurnalis profesional mendatang di era *citizen journalism*. Di samping itu juga bermanfaat bagi berkembangnya mading sekolah ke arah digital sebagai tempat media penyaluran bakat siswa dibidang penulisan, penyaluran minat dibidang yang sama, dan melatih siswa-siswi SMA atau SMK untuk tampil berani dan kritis dalam berbagai kondisi serta menjadikan Rubrik Ekspresi Suara Remaja sebagai penyaluran ide maupun hasil karya mereka.

Pemberian materi jurnalistik terbagi menjadi dalam 4 bagian. Bagian pertama tentang materi berita, bagian kedua materi reporting, bagian ketiga desain layout, dan bagian keempat lomba e-mading sebagai salah satu cara sejauh mana mereka memahami dunia jurnalistik.

Kendala yang ditemui saat kegiatan ini misalnya kurangnya kordinasi diantara siswa dan padatnya kegiatan sekolah membuat mereka tak sanggup mengumpulkan hasil e-mading mereka. Hanya 4 sekolah dari 9 sekolah yang berhasil mengumpulkannya.

Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan sejak dini tentang dunia jurnalistik, mendidik generasi muda agar lebih kritis mengenai persoalan yang terjadi di masyarakat, meminimalisir kehadiran *citizen journalism* secara instan, menjadikan generasi muda sebagai genrasi yang aktif bukan pasif secara informasi, dan menjadikan Rubrik Ekspresi Suara Remaja sebagai wadah aspirasi, ide dan hasil karya mereka.

Kata kunci: *Jurnalistik, e-mading, Ekspresi Suara Remaja*

ABSTRACT

Seminar and Workshop Journalism for Senior High School “Yournalism”

Indonesian society is an information society that spends most of his time with the media communication and use of information technology such as mobile phones and laptop computers as well. They will be easy to exchange data information for now, considering the convergence of media is not only changing the base data and distribute it medium, but also change the overall production process, processing, and distribution of information to the media such as newspapers, radio, television, and other etc. will change with the new forms of media are fully digital, such as the World Wide Web, and the Internet.

Each person can plan coverage, cover, write the coverage, editing posts, load and deploy on various Internet sites. It means that everyone can actually be a "journalist impromptu", though of course the quality of journalism so they can still be debated.

See reality as it is, we should bear in Suara Merdeka provides journalism education from an early age. Usefulness to prepare candidates for the generation of young journalists entering the world of professional journalists in the upcoming era of citizen journalism. In addition, it is also beneficial for the development of school Mading towards digital media as a distribution of talent in the field of student writing, channeling interests in the same field, and train students for high school or vocational school bold and critically in a variety of conditions and to make the Rubric of Ekspresi Suara Remaja become distribution of ideas and the results of their work.

Provision of journalistic material is divided into into 4 sections. The first part of the news items, the second part of the material reporting, the third part of the design layout, and the fourth part of e-Mading race as one of the ways the extent to which they understand the world of journalism.

Obstacles encountered when these activities such as the lack of coordination between students and school activities to make their denseness could not collect the e-Mading them. Only 4 schools from 9 schools who successfully collect.

The purpose of this activity is to provide early knowledge about the world of journalism, to educate the younger generation to be more critical about the problems that occur in the community, minimizing the presence of *citizen journalism* in an instant, making young people as active rather than passive generation of information, and make Rubric of Ekspresi Suara Remaja as container aspirations, ideas and results of their work.

Keywords: *journalism, e-mading, ekspresi Suara Remaja*