



**PEMBUATAN *WEBSITE MAGAZINE* “IKILHO”
BEKERJASAMA DENGAN EKSPRESI SUARA REMAJA
(Reporter, Videografer dan Video Editor)**

KARYA BIDANG

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Nama : Renis Susani Karamina

NIM : 14030110130119

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2014**

ABSTRAK

Internet saat ini menjadi media baru di dalam dunia jurnalistik. Masyarakat modern khususnya kalangan remaja sering kali menggunakan internet dalam mencari informasi, begitu pula dengan anak remaja di kota Semarang yang membutuhkan informasi seputar gaya hidup atau informasi-informasi apapun tentang kota Semarang. Dengan melihat peluang tersebut *website magazine* Ikilho hadir untuk memberikan informasi-informasi seputar kota Semarang dengan gaya remaja.

Pada *website magazine* Ikilho, Seorang reporter bertugas sebagai pencari berita-berita menarik yang akan diangkat ke website sebelum di edit oleh sang editor. Selain itu dalam *Website Magazine* Ikilho juga terdapat videografer dan juga video editor. Videografer bertugas mengambil video untuk beberapa rubrik Ikilho, sedangkan video editor bertugas untuk mengedit hasil pengambilan video dari sang videografer untuk dikemas agar lebih bagus untuk dilihat para pengunjung website. Pada saat pelaksanaan berlangsung, ada beberapa hambatan yang dihadapi oleh Reporter, Videografer dan juga Video editor mulai dari perubahan perencanaan isi berita untuk reporter, cahaya dalam pengambilan gambar untuk videografer dan juga teknis pengeditan untuk sang video editor. Dari hasil pasca riset yang dilakukan, banyak nya pengunjung yang puas dengan isu berita dan juga dengan video-video yang disertakan di beberapa rubrik *Website Magazine* Ikilho. Namun ada beberapa pula yang kurang puas dengan isu berita yang diliput oleh sang reporter, namun hal tersebut adalah sebuah masukan untuk *website magazine* Ikilho agar lebih baik kedepannya.

Kata kunci : *Website Magazine, Lifestyle, Internet, Semarang, Reporter, Videografer, Video Editor, Karya Bidang.*

ABSTRACT

Internet is now the New Media in the world of journalism. Modern society, especially among the teenagers who often use the Internet to search for information, as well as the teenagers in the city of Semarang who need information about the life style or any kind of information about the city of Semarang. By seeing these opportunities Ikiho magazine website is now here to provide information about the city of Semarang with more fresh teen style.

On the Ikiho magazine's website, A reporter work as a news hunter who looks for interesting topics to be appointed to the website before edited by the editor. On Ikiho magazine's website we also have a videographer and video editor. Videographer duty is to took the video for some rubric in Ikiho, and the video editor is in charge for editing the captured video of the videographer to be packed in order to be seen for the visitors on the website. At the time of execution takes place, there are several obstacles faced by the reporter, videographer and video editor, starting from the change of the news content to the reporter, the light in the shooting for the videographer and technical editing of the video editors. From the results of the post-research, many of the visitors are satisfied with the issue of the news and also with the videos that are included in some sections in Ikiho magazine's website. However there are a few others who are less satisfied with the issues covered by the news reporter, but we use that as an input to Ikiho magazine website in order to be better in the future.

Keywords: Website Magzine, Lifestyle, Internet, Semarang, Reporter, Videographer, Video Editor, Field Work.

I. PENDAHULUAN

Media *online* memiliki beberapa kategori, yaitu portal, *website*, radio *online*, TV *online*, dan *email*. *Website* atau *site* adalah halaman (media) yang mengandung teks, video, audio, dan gambar. *Website* bisa diakses melalui internet dan memiliki alamat internet yang dikenal dengan URL (*Uniform Resources Locator*) yang berawalan *www* atau *http://* (*Hypertext Transfer Protocol*). (Romli, 2012 : 31)

Salah satu bentuk dari *website* adalah *website magazine*. *Website magazine* yaitu majalah yang melalui tahap digitalisasi dan dapat diakses melalui internet. (www.scanie.com/home/pengertian-online-magazine/) Kebanyakan dari *website magazine* merupakan versi *online* dari majalah cetak. Contoh majalah cetak yang mempunyai versi *online* berupa *website magazine* adalah majalah “Rollingstone” dengan rollingstone.co.id, majalah “Gadis” dengan www.gadis.co.id, dan majalah “Gogirl” dengan www.gogirlmagz.com.

Setiap kota besar di Indonesia kini umumnya sudah mulai memiliki media *online* sendiri, salah satunya Semarang yang mempunyai *website magazine* bernama “Ekspresi Suara Remaja” (ESR). ESR merupakan *website magazine* khusus remaja yang berdiri sejak 1 Maret 2011, dibawah naungan PT. Suara Merdeka. Berita yang ada pada ESR adalah berita seputar gaya hidup remaja. Segmentasi ESR yaitu pria dan wanita berusia 15-25 tahun dari seluruh Indonesia dengan tingkat pendidikan ABCD dari semua agama dan ras yang ada di Indonesia.

Kurangnya minat remaja untuk mengakses ESR dikarenakan oleh beberapa alasan. Pertama ada beberapa berita pada ESR yang mengambil sumber dari internet. Kedua, ada rubrik pada ESR yang tidak sering di *update* beritanya yaitu pada rubrik “Musik” dan “Let’s Go”. Kurangnya berita lokal di ESR membuat remaja Semarang kurang berminat membuka ESR, Berdasarkan hasil pra riset didapatkan bahwa 40%

dari remaja Semarang berusia 15-25 tahun pernah mengakses *website* lokal Semarang.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan di latar belakang maka kami bekerja sama dengan ESR membuat sebuah media baru bernama “Ikilho”. Berita dalam “Ikilho” lebih berkonsentrasi pada informasi lokal Semarang seputar gaya hidup remaja, hal ini dikarenakan cukup tingginya ketertarikan remaja terhadap informasi tersebut sementara belum ada media yang menyajikan informasi seperti itu. “Ikilho” dibuat karena tidak memungkinkan merombak konten ESR dengan alasan terbentur kebijakan PT. Suara Merdeka dan segmentasi ESR yang nasional. “Ikilho” dikemas dalam bentuk *website magazine* karena remaja Semarang menyukai *browsing* saat waktu luang dan kecenderungan mereka mencari informasi secara *online*.

II. ISI

Kami membuat media online baru di Semarang yang ditujukan kepada remaja kota Semarang yang berusia 15 sampai 25 tahun yang aktif menggunakan internet dalam mengakses informasi. Ikilho memiliki visi untuk menjadi media favorit dan dipercaya oleh remaja Semarang untuk mencari informasi, dengan misinya adalah menyajikan informasi-informasi seputar gaya hidup remaja dengan gaya bahasa yang santai sesuai dengan gaya bahasa remaja Semarang sehari-hari. Untuk rubrikasi, ikilho memiliki 11 Rubrikasi sesuai hasil pra riset yang telah dilakukan kepada 50 orang remaja Semarang yang berusia 15 sampai 25 tahun, 11 rubrikasi tersebut adalah: Icip-icip, Plesir, Fit, Fashion, Ngobrol, Kriya, Galeri, Jadwal Bioskop, Film, Musik dan Promo.

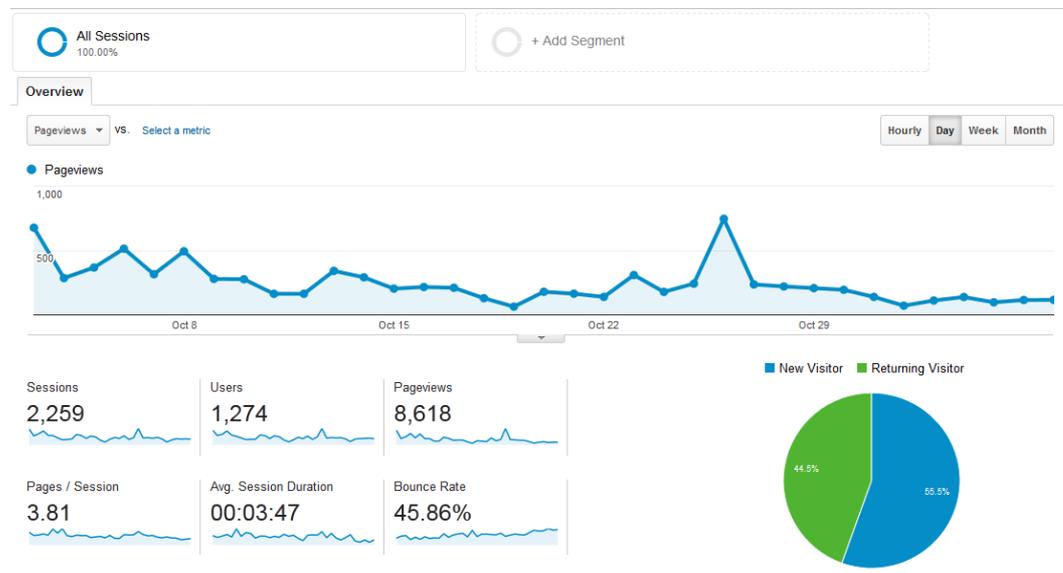
Untuk pembagian kerja di Ikilho terdapat 7 pembagian kerja yaitu, Reporter, Fotografer, Videografer, Video editor, Editor, Desainer Grafis dan Pengelola Website. Dan alur kerjanya adalah reporter, videografer dan fotografer melaksanakan peliputan

dimana hasilnya akan diberikan kepada video editor, desainer grafis dan editor dan hasil akhir akan diberikan kepada pengelola website untuk di posting ke website.

Ikilho memiliki goals yaitu mendapatkan 867 pengunjung dalam waktu 4 minggu dan mendapatkan minimal 10 komentar untuk setiap artikel di ikilho, dengan evaluasi dimana ikilho akan dikatakan berhasil apabila mendapatkan 90% dari target pengunjung ikilho, mendapatkan 90% dari target komentar, menghasilkan minimal 36 berita dalam waktu 35 hari dan mendapatkan 80% pengunjung yang menyukai konsep ikilho.

Setelah 4 minggu, ikilho berhasil mencapai target-target yang ditentukan sebelumnya, namun ada pula target yang tidak dapat tercapai. Ikilho berhasil mendapatkan :

Gambar 1.1



Gambar diatas adalah hasil dari google analytic dimana ikilho berhasil mencapai target untuk jumlah pengunjung (*users* dan *pageviews*). Namun untuk target komentar, ikilho belum berhasil mencapai target tersebut. Dalam mengakses atau masuk ke dalam website magazine “Ikilho” dapat melalui *channel* atau saluran yang

digunakan untuk membuka *website* magazine “Ikilho” dapat dari berbagai macam dan dibagi menjadi 4 jenis, yaitu *direct*, *social*, *organic search*, dan *referral*.

Salah satu *goals* dari pembuatan *website magazine* “Ikilho” adalah mendapatkan komentar dari para pembaca “Ikilho” mengenai artikel-artikel yang ada di *website* ikilho melalui media sosial. Media sosial yang tersedia yaitu Twitter dan Instagram. “Ikilho” selalu mempromosikan setiap artikel yang telah di *posting* oleh ikilho ke media sosial untuk menarik pembaca artikel di *website magazine* ikilho. Dan juga disitu para pembaca juga bisa memberikan komentar mereka mengenai artikel-artikel yang ada di “Ikilho”. Dalam waktu 4 minggu, “Ikilho” mendapatkan sebanyak 43 komentar yang terdapat di media sosial “Ikilho”, namun jumlah tersebut tidak sesuai target yang diharapkan, karena jumlah target adalah 10 komentar dari setiap artikel. Dan dari hasil pasca riset menyatakan bahwa dari 50 orang responden, 42 diantaranya tidak berminat untuk memberikan komentar di media sosial ikilho karena menurut mereka dengan mereka membaca berita sudah cukup dan tidak ada hal yang harus di berikan komentar.

Dalam kurun waktu 35 hari, “Ikilho” mendapatkan 5 pengajuan media *partner* dari radio “SS FM”, *roadshow* “Gitaran Sore-Sore”, acara “Open Recruitment Hijabers Semarang”, acara pameran “Moroseneng”, dan “Be Proud of Indonesia”.

Sebagai media *online* di kota Semarang, *website magazine* “Ikilho” juga membuka spot iklan kepada siapa saja yang akan mengiklankan produk atau jasa mereka di *website magazine* “Ikilho”. Bentuk pengiklanan yang diajukan oleh ikilho adalah *logo placement* atau penempatan logo produk atau jasa para pengiklan di *website* “Ikilho”. Untuk bentuk pengiklanan lainnya adalah penempatan logo produk atau jasa yang apabila pengunjung “Ikilho” menekan logo mereka di *website* ikilho, maka juga akan

link ke *website* mereka (apabila memiliki). Dan ada pula penawaran penempatan logo produk atau jasa para pengiklan dengan tarif yang lebih murah apabila mereka menyertakan *voucher* untuk produk dan jasa mereka kepada “Ikilho”. Bagi pengiklan yang menempatkan logo produk atau jasa mereka di *website* “Ikilho”, maka “Ikilho” juga akan mempromosikan produk atau jasa mereka di media sosial ikilho. Dan berikut bentuk pengiklanan di *website magazine* “Ikilho” dan juga tarif nya :

- Penempatan logo 1 minggu : Rp. 150.000
- Penempatan logo 2 minggu : Rp. 275.000
- Penempatan logo 3 minggu : Rp. 400.000
- Penempatan logo 4 minggu : Rp. 500.000
- Penempatan logo 1 minggu + *voucher* : Rp. 75.000
- Penempatan logo 2 minggu + *voucher* : Rp. 150.000
- Penempatan logo 3 minggu + *voucher* : Rp. 200.000
- Penempatan logo 4 minggu + *voucher* : Rp. 250.000

Dan selama 4 minggu *website magazine* ikilho berjalan, ikilho mendapatkan 4 pengiklan yaitu :

- Pasti Ceria Tour selama 4 minggu : Rp. 500.000
- Kue Cubit Wawak selama 2 minggu : Rp. 275.000
- Be Proud Of Indonesia selama 2 minggu + *voucher* : Rp. 150.000
- Klinik Pengobatan Holistik selama 3 minggu : Rp. 400.000
- Jumlah total tarif pengiklan : **Rp.1.325.000**

III. PENUTUP

“Ikilho” merupakan *website magazine* asal Semarang dengan segmentasi remaja (15-25 tahun) yang menyuguhkan informasi lokal seputar gaya hidup remaja.

“Ikilho” terlahir karena tingginya minat remaja Semarang untuk mencari informasi lokal, sementara di Semarang sendiri belum ada media yang menyuguhkan informasi lokal yang diinginkan remaja. Dalam membangun sebuah media *online* baru, “Ikilho” bekerjasama dengan Ekspresi Suara Remaja (ESR). ESR merupakan *website magazine* asal Semarang dengan segmentasi remaja nasional. Berita dalam “Ikilho” dapat diakses 24 jam di www.ikilho.com.

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang diambil dari pembuatan *website magazine* “Ikilho”, serta memberikan saran yang dapat digunakan untuk keberhasilan pembuatan media sejenis berikutnya.

SIMPULAN

- a. “Ikilho” berhasil memenuhi target audiens yaitu 867 *visitor* selama 35 hari, sementara target audiens “Ikilho” sendiri selama 35 hari adalah 8.618 *visitor*.
- b. “Ikilho” memang tidak menyediakan kolom komentar di *website*, namun “Ikilho” mempunyai media sosial (Twitter, Instagram, dan Youtube) dimana pembaca dapat berkomentar. Komentar pembaca tentang berita di “Ikilho” tidak memenuhi target. Target komentar adalah 10 komentar per berita selama 35 hari, sedangkan “Ikilho” hanya mendapatkan 43 komentar dari total 46 berita dalam 35 hari.
- c. Konsep yang dipilih “Ikilho” untuk menyuguhkan sebuah *website* yang mewakili remaja dan Semarang dinilai berhasil, karena 86% dari 50 responden mengaku “Ikilho” sudah mewakili remaja Semarang (dari segi tampilan *website* dan isi berita).
- d. Berhasil memenuhi target berita, yaitu “Ikilho” mengunggah 46 berita (dari target 36 berita) dalam kurun waktu 35 hari, namun ada beberapa berita yang tidak sesuai

dengan perencanaan. Dari 24 berita yang sudah ditetapkan diperencanaan, 83% (20 berita) sesuai rencana.

REKOMENDASI

- a. Lebih teliti dalam memilih isu yang akan di angkat ke *website* Ikiho.
- b. Dalam proses peliputan harus di persiapkan 100 %
- c. Untuk mendapatkan respon yang baik di media sosial, kuis hadiah menjadi salah satu strategi yang baik.
- d. Menyediakan kolom komentar pada setiap artikel di *website*, karena pembaca kurang berminat untuk memberikan komentar di media sosial
- e. Menghindari bahasa-bahasa baku apabila ditujukan kepada remaja, agar pembaca lebih nyaman untuk membaca artikel.