



**PEMBUATAN *WEBSITE MAGAZINE* “IKILHO” BEKERJASAMA
DENGAN EKSPRESI SUARA REMAJA
(Reporter dan Fotografer)**

KARYA BIDANG

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Ni Made Dinna Caniswara

NIM : 14030110141021

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

ABSTRAKSI

Dalam era globalisasi dan masyarakat modern yang selalu membutuhkan gerak cepat, internet menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat modern dalam memenuhi kebutuhan informasi global maupun lokal. Kini pun mulai bermunculan majalah website yang merupakan versi online dari majalah cetak yang sudah ada sebelumnya. Hal ini mendorong penulis membuat majalah website lokal bernama “Ikilho” untuk memenuhi kebutuhan informasi lokal di Semarang, hal ini menjadi peluang karena sebelumnya belum ada majalah website dengan lingkup lokal Semarang yang membahas mengenai gaya hidup meliputi kuliner, wisata, kesehatan, fashion, event, DIY, musik, film, isu, dan promo yang ditujukan pada anak muda.

Pada majalah website “Ikilho” seorang reporter bertugas untuk mencari tema yang akan dibahas pada website, menghubungi narasumber, melakukan liputan, dan menulis artikel. Selain itu, terdapat seorang fotografer yang memiliki tugas untuk mengambil foto sebagai pendukung informasi pada artikel yang akan di-post di website, dalam mengambil gambar, seorang fotografer harus memperhatikan teknik pengambilan gambar dan angle yang diambil saat mengambil gambar.

Pada saat proses pelaksanaan terdapat hambatan yang dihadapi oleh reporter, yaitu perubahan tema yang sebelumnya yang sudah ditetapkan, dan juga hambatan yang dialami fotografer karena ada beberapa narasumber yang tidak bisa ditemui langsung sehingga fotografer tidak bisa diambil gambar langsung.

Kata kunci : majalah website, gaya hidup, anak muda, reporter, fotografer, Semarang, karya bidang.

ABSTRACT

In the era of globalization and modern society which always requires action immediately, the Internet became one of the requirements for modern society to fulfill the needs of global and local informations. Nowadays website magazines are increasing, it is an online version of the print magazine that already exists. This is one of reason of the authors make the a local website magazine named "Ikilho" to fulfills the needs of local information in Semarang, this is an opportunity because before, there is no website magazine with local scope of Semarang to discuss about lifestyle include culinary, travel, health, fashion, events, DIY, music, movies, issues, and promos for teenagers.

On the website magazine "Ikilho" a reporter worked to find a theme that will be discussed on the website, contact the resources, then writing articles. Moreover, there is a photographer who has a duty to take photos to supports the informations in the article that will be post on the website. In taking pictures, a photographer must consider the shooting technique and notice about the angle when taking pictures.

At the moment of implementation, there is obstacle faced by reporter, the theme of the previous changes that have been defined, and also there is obstacle faced by photographer as there are several resources that can not be met directly so that photographers can not take a picture directly.

Keywords : website magazine, lifestyle, teenagers, Semarang, reporter, photographer, field work.

I. PENDAHULUAN

Media *online* memiliki beberapa kategori, yaitu portal, *website*, radio *online*, TV *online*, dan *email*. 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.

Hampir setiap kota besar memiliki *website magazine*, 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.

Jumlah pengunjung dari ESR terbilang kecil, 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*, dan yang ketiga ESR belum mampu menyediakan informasi lokal bagi remaja Semarang.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan di latar belakang maka kami bekerja sama dengan ESR membuat sebuah media baru bernama “Ikilho” dan saya sendiri bertugas sebagai reporter dan fotografer. Rubrik 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

Ikilho ditujukan pada remaja Semarang usia 15-25 tahun yang aktif menggunakan internet sebagai sarana untuk mencari informasi. Ikilho memiliki visi untuk menjadi media favorit dan dipercaya oleh remaja Semarang untuk mencari informasi dan misi untuk menyajikan informasi-informasi seputar gaya hidup remaja dengan gaya bahasa yang santai sesuai dengan gaya bahasa Semarang sehari-hari. Ikilho memiliki 11 rubrik, rubrik ini dipilih berdasarkan riset yang sebelumnya dilakukan pada 50 responden dan rubrik tersebut antara lain Icip-icip, Plesir, Fit, Fashion, Ngobrol, Kriya, Galeri, Jadwal Bioskop, Film, Musik, dan Promo.

Ikilho memiliki goals yang ingin dicapai, antara lain:

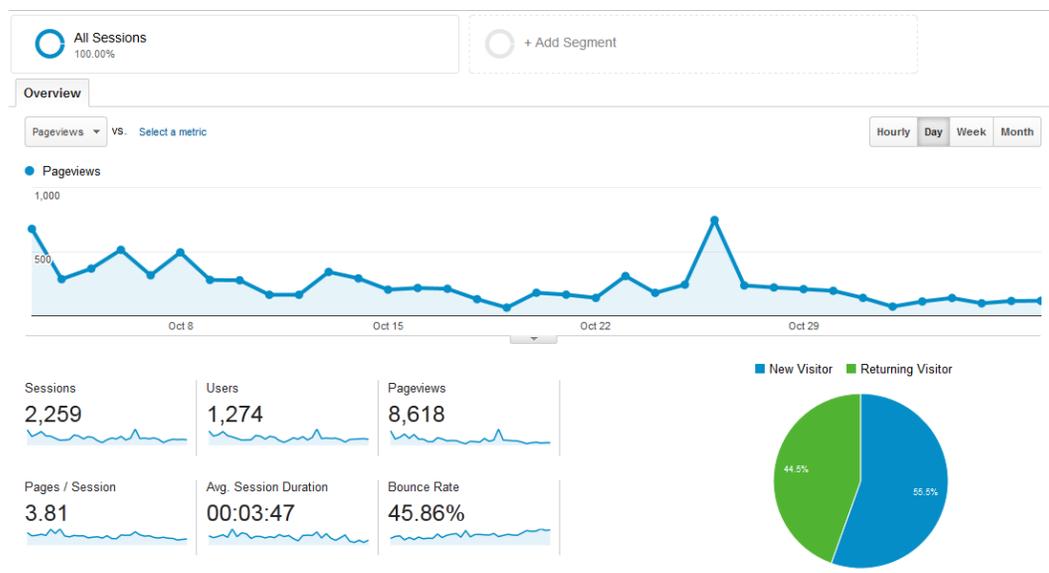
- Mendapatkan 867 pengunjung dalam waktu 4 minggu
- Mendapatkan minimal 10 komentar untuk setiap artikel di ikilho

Selain itu dengan evaluasi jika dikatakan berhasil jika:

- 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 dari Ikilho dari segi isi rubrik dan desain

Terdapat 7 pembagian kerja pada “Ikilho” yaitu reporter, fotografer, videographer, video editor, editor, desainer grafis, dan pengelola website dengan alur kerja 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.

Selama 5 minggu dari pelaksanaan, berikut merupakan hasil yang dicapai dari Ikilho terhitung tanggal 3 Oktober-6 November 2014 berdasarkan dari *Google Analytics*



Gambar diatas adalah hasil dari *Google Analytics* dimana Ikilho berhasil mencapai target untuk jumlah pengunjung dengan penjelasan sebagai berikut

- Sesi Membuka *Website (Session)*

Satu *session* dihitung saat pengunjung membuka *website* “Ikilho” sampai dia menutup internet *browser*-nya. Saat mereka sudah menutup internet *browser*, kemudian membuka *website* “Ikilho” lagi, maka itu dihitung sebagai sesi yang kedua, dengan kata lain pengunjung yang

terhitung pada *session* bisa saja orang yang sama dengan *IP Adress* yang sama juga. *Website* “Ikilho” dibuka sebanyak 2259 sesi selama 35 hari.

- Total Per Klik (*Pageview*)

Pageview merupakan jumlah total pengunjung men-klik “Ikilho”. Saat mereka membuka satu judul berita, *pageview* bertambah satu, dan begitu seterusnya. Berita yang di-*refresh* juga dapat menambah *pageview*. Jumlah *pageview* “Ikilho” adalah 8618. Jumlah ini yang dipakai sebagai target pengunjung.

- Jumlah Halaman yang Dibuka (*Page/ Session*)

Page Session merupakan rata-rata halaman yang dibuka dalam satu sesi pengunjung membuka *website* “Ikilho”. Rata-rata halaman yang dibuka dalam satu sesi adalah 3,81, yang artinya pengunjung rata-rata membuka 3-4 halaman dalam satu sesi.

- Rata-rata Waktu Pengunjung Membuka “Ikilho” (*Avg.Session Duration*)

Avg Session Duration adalah durasi waktu rata-rata setiap pengunjung saat mengunjungi *website* “Ikilho” dalam satu sesi. Durasi rata-rata pengunjung membuka *website* “Ikilho” dalam satu sesi adalah 3 menit 47 detik.

- Pengunjung yang Hanya Membuka Satu Halaman (*Bounce Rate*)

Bounce Rate adalah banyaknya pengunjung yang hanya membuka satu halaman dalam *website* “Ikilho” tanpa membuka halaman *website* “Ikilho” yang lainnya. Jumlah pengunjung ikilho yang *Bounce Rate* adalah sebanyak 45,86%.

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.

Setelah masa pelaksanaan selama 35 hari maka berikut adalah keberhasilan yang dapat dicapai dari "Ikilho" yang dapat dilihat melalui parameter keberhasilan berikut

Parameter keberhasilan	Keterangan
Target audience	Total secara akumulatif visitor selama 5 minggu dari "Ikilho" adalah 1.274 dengan jumlah pageview 8.618 dari target minimal sebanyak 867 <i>viewers</i> .
Konsep website	Dari riset yang dilakukan pada 50 orang, 43 diantaranya menyukai konsep website dari "Ikilho" dan sudah mewakili anak muda Semarang dan tampilan website yang "Semarang" dan sisanya mengatakan masih kurang.
Target Berita	Total berita yang diunggah selama 35 hari adalah 46 berita (dari target 36 berita).
Budgeting	a. Tidak terjadi pembengkakan budget selama perencanaan hingga proses liputan b. Sebagian dari budget diperoleh melalui iklan di website "Ikilho"
Permit	a. Beberapa tempat yang diliput sebelumnya berhasil mendapatkan izin dari pihak yang bersangkutan b. Narasumber sebelumnya telah bersedia untuk di wawancara oleh "Ikilho"

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.

• **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. Sebagai media online harus benar-benar menyampaikan informasi yang dibutuhkan dan bermanfaat selain itu juga menarik untuk dibaca oleh target audience yaitu masyarakat lokal dimana media online tersebut berbasis.
- b. Media online harus tetap menggunakan kode etik jurnalistik, dengan memberikan suatu fakta dan artikel yang memiliki nilai serta informatif.
- c. Pemilihan tema sesuai dengan isu terkini yang menarik dan sedang diperbincangkan mampu menarik pembaca untuk membaca artikel dari media online tersebut.