



PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN WEBSITE “WAWASAN.CO”

(Desainer Website, Admin 1, Reporter 1, Fotografer, dan Editor)

KARYA BIDANG

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Rifqi Aditya Utama

NIM : 14030111120025

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2015

ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan informasi, pada November 2002, *Wawasan* membuka situs resminya www.wawasan.co.id sebagai sarana penyebaran informasi melalui internet. Namun, seiring pergantian kepemimpinan di *Wawasan*, terutama divisi redaksi, *domain website* resmi *Wawasan* pada tahun 2011 berubah menjadi www.wawasandigital.com. Hingga kini, *Wawasan* memiliki beberapa alamat *domain*, yaitu www.wawasan.co.id, www.wawasandigital.com, www.koranwawasan.com, www.wawasan.co, dan sub *domain* www.epaper.koranwawasan.com.

Dalam perkembangannya, *Harian Wawasan* pada sektor online justru mengalami kemunduran. Berdasarkan hasil observasi, pengunjung www.koranwawasan.com per bulannya hanya sekitar 400 *visitor*, atau lebih kurang 13 orang perharinya. Dari total 14 rubrik, hampir keseluruhan dari rubrik-rubrik tersebut tidak *update* secara rutin setiap hari layaknya *website online* yang mengejar aktualitas.

Selain *website* yang kurang *terupdate*, permasalahan lainnya adalah tampilan atau *template* yang digunakan. Dari segi tampilan antarmuka, *website* *Wawasan* ini memiliki beberapa kekurangan, diantaranya banyak gambar atau foto yang tidak muncul disertai beritanya. Gambar atau foto dalam sebuah berita sangatlah penting untuk menarik perhatian pembaca.

Kami bekerjasama dengan *Harian Wawasan* untuk membuat dan mengelola *website* www.wawasan.co. Pembuatan *website* baru ini karena tidak memungkinkan untuk melakukan perubahan pada *website* sebelumnya. Karya Bidang ini bertujuan untuk menyediakan berita terkini dan berbagai informasi seputar Jawa Tengah untuk khalayak, yang dapat diakses melalui *website* www.wawasan.co.

Hasil yang didapat selama 50 hari project, *Wawasan.co* berhasil memenuhi target sebanyak 6.856 *visitors*, dengan rincian 258 *visitors* per hari, dan 1.500 *visitors* per bulannya dengan target awal 50 *visitors* per hari. Tim *Wawasan.co* juga berhasil memenuhi target berita dengan mengunggah 69 artikel dari target 60 artikel selama project berlangsung.

Media *online* seperti *Wawasan.co*, dalam menyampaikan informasi harus tetap menggunakan kode etik jurnalistik seperti media konvensional, dengan memberikan fakta dan artikel yang memiliki nilai serta informatif. Perbedaannya, pemantauan *website* harus dilakukan secara rutin, terutama pada waktu *prime time*. Karena portal *online* sangat rentan terjadi eror, baik itu karena faktor internal *website* maupun faktor eksternal seperti *hacker*.

Kata Kunci : Portal Berita Online, Informasi, Jurnalistik, Website.

1.1 Latar Belakang

Harian *Wawasan*, memiliki *market share* yang sama dengan *Suara Merdeka*, yaitu daerah Jawa Tengah dengan prosentase 60 persen, khususnya Semarang dan 40 persen untuk berita luar Jawa Tengah, dengan target audiens usia 18-65 tahun ses ABCD. Berikut struktur organisasi koran pagi *Wawasan*.

Seiring berkembangnya teknologi dan kebutuhan mendapat informasi bertambah di masyarakat, pada November 2002, *Wawasan* membuka situs resminya www.wawasan.co.id sebagai sarana penyebaran informasi melalui internet. Namun, seiring pergantian kepemimpinan di *Wawasan*, terutama divisi redaksi, *domain website* resmi *Wawasan* tepatnya pada tahun 2011 berubah menjadi www.wawasandigital.com. Hingga kini, *Wawasan* memiliki beberapa alamat *domain*, yaitu www.wawasan.co.id, www.wawasandigital.com, www.koranwawasan.com, www.wawasan.co, dan sub *domain* www.epaper.koranwawasan.com.

Walaupun memiliki rubrik yang cukup banyak dan lengkap, berdasarkan hasil observasi, pengunjung www.koranwawasan.com per bulannya yaitu hanya sekitar 400 *visitor*, atau lebih kurang 13 orang perharinya. Hal ini sangat berbeda dengan sub *domain* www.epaper.koranwawasan.com yang setiap bulannya dapat dikunjungi sekitar 40.000 *visitor*.

Website www.koranwawasan.com jarang *terupdate* karena *Wawasan* kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mengelola semua rubrik yang ada pada *website* tersebut. Akibatnya, banyak khalayak yang tidak mengetahui adanya *website* *Wawasan* tersebut. Selain *website* yang kurang *terupdate*, permasalahan lainnya adalah tampilan atau *template* yang digunakan. Dari segi tampilan antarmuka, *website* *Wawasan* ini memiliki beberapa kekurangan, diantaranya banyak gambar atau foto yang tidak muncul disetiap beritanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas, kami bekerjasama dengan Harian *Wawasan* untuk membuat dan mengelola *Wawasan.co*. Pembuatan *website* baru ini karena tidak memungkinkan untuk melakukan perubahan pada *website* sebelumnya.

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Pembuatan portal berita *online Wawasan.co* ini bertujuan untuk :

Menyediakan berita terkini dan berbagai informasi seputar Jawa Tengah melalui *website* yang dapat diakses oleh khalayak.

1.3.2 Manfaat

1.3.2.1 Manfaat Akademis

Menerapkan materi pada mata kuliah yang sudah diajarkan, khususnya mata kuliah jurnalistik *online* dan *marketing communication*.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Tersedianya informasi seputar Jawa Tengah yang dikemas dalam bentuk portal berita *online*.

1.4 Konsep

Wawasan.co merupakan salah satu dari dua *website* yang berada di bawah naungan Harian *Wawasan*. Berbeda dengan www.koranwawasan.com, *Wawasan.co* memiliki perbedaan, diantaranya konten, tampilan antarmuka, dan segmentasi yang di perbaharui.

1.5 Segmentasi

Penentuan segmentasi akan dilakukan berdasarkan keadaan demografis, geografis, dan psikografis. Analisis khalayak yang menjadi target sasaran dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Target Primer

Masyarakat yang tinggal di Jawa Tengah berusia 17-35 tahun dengan tingkat pendidikan SMA dan mahasiswa serta Pegawai Negeri/Swasta. Target primer ini banyak meluangkan waktu luang mereka untuk membuka internet dan memahami perkembangan teknologi. Mereka memiliki ketertarikan untuk mencari informasi ringan seputar gaya hidup, dan juga informasi seputar Jawa Tengah.

1.5.2 Target Sekunder

Masyarakat luas dengan usia 17-35 tahun. Target primer dan target sekunder sama-sama memiliki kebiasaan banyak meluangkan waktu untuk membuka internet. Mereka mempunyai ketertarikan untuk mencari informasi seputar Jawa Tengah.

1.6 Rubrikasi

1.6.1 Musik & Film

Konten musik dan film adalah dua peringkat teratas sesuai hasil riset dari konten favorit yang sering dikunjungi responden. Konten musik dan film akan diwujudkan dalam rubrik yang bernama "Musik & Film".

1.6.2 Komunitas

Konten Komunitas, menempati peringkat ke-2 dari hasil riset tentang konten favorit yang sering dikunjungi responden. Konten Komunitas diwujudkan dalam rubrik yang bernama

“Komunitas”. Rubrik “Komunitas” akan memberikan informasi mengenai kegiatan Komunitas di Semarang maupun Jawa Tengah setiap minggunya.

1.6.3 Pesona (*Travelling*)

Konten *Travelling*, menempati peringkat ke-3 dari hasil riset tentang konten favorit yang sering dikunjungi responden. Konten *Travelling* diwujudkan dalam rubrik yang bernama “Pesona”. Rubrik “Pesona” akan memberikan informasi mengenai satu tempat wisata per minggunya di Jawa Tengah, yang nantinya akan dibagi menjadi 2 sub-konten yaitu “Historia & Budaya”.

1.6.4 Tahukah Kamu? (*Hot Issue*)

Konten *Hot Issue*, menempati peringkat ke-4 dari hasil riset tentang konten favorit yang sering dikunjungi responden. Konten *Hot Issue* diwujudkan dalam rubrik yang bernama “Tahukah Kamu?”. Rubrik “Tahukah Kamu?” akan memberikan informasi mengenai berita terkini yang sedang banyak diperbincangkan masyarakat umum.

1.6.5 Kuliner

Konten kuliner adalah hasil dari 5 peringkat teratas dari informasi yang diketahui tentang Semarang dan peringkat ke-5 dari konten favorit. Konten kuliner akan diwujudkan dalam rubrik yang bernama “Jajan”. Rubrik Jajan akan membahas satu jenis makanan setiap minggunya, dilihat dari segi sejarah, jenis makanan, atau bagaimana cara penyajian dan makanannya.

1.6.6 Galeria

Rubrik “Galeria” merupakan salah satu rubrik tambahan yang dibuat berdasarkan hasil riset yang menunjukkan bahwa responden memiliki ketertarikan terhadap konten yang di dominasi

oleh gambar/foto. Rubrik ini menyajikan foto-foto serta *caption* acara yang diliput. Rubrik “Galeria” menampilkan foto-foto yang menarik dan mengandung *news value* di dalamnya.

1.7 Pembagian *Job Desk*

Pengerjaan Portal Berita *Online* ini akan dilakukan oleh:

- a. Rifqi Aditya Utama sebagai desainer *website*, admin 1, reporter 1, fotografer, dan *editor* berita/artikel.
- b. Trian Kurnia Hikmandika sebagai admin 2, reporter 2, dan *videographer*.
- c. Veramitha Indriyani sebagai reporter 3, admin 3, dan *marketing communication*.

Berikut ini merupakan deskripsi pembagian kerja pada *Wawasan.co*:

- Desainer *Website*: Bertanggung jawab untuk mengelola desain tampilan *Wawasan.co*.
- Reporter 1: Bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan peliputan, mulai dari menulis berita/artikel sampai mengambil foto/gambar pada rubrik Galeria, Komunitas, Tahukah Kamu?, dan sub rubrik Historia & Budaya.
- Reporter 2: Bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan peliputan, yaitu mulai dari menulis berita/artikel sampai mengambil foto/gambar pada rubrik Komunitas, Pesona, dan Musik & Film.
- Reporter 3: Bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan peliputan, mulai dari menulis berita/artikel sampai mengambil foto/gambar pada rubrik Tahukah Kamu?, Kuliner, Musik & Film, dan sub rubrik Alam.
- *Editor* Berita/Artikel: Bertanggung jawab untuk melakukan proses *editing* berita/artikel yang akan di publikasikan di *Wawasan.co*.

- *Marketing Communication*: Bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan promosi *website Wawasan.co* dalam empat media sosial yaitu *Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube*.
- *Fotografer*: Bertanggung jawab mengambil dan mengedit foto untuk rubrik *Galeria*.
- *Videografer*: Bertanggung jawab mengambil dan mengedit video untuk rubrik *Pesona*.
- *Admin 1*: Bertanggung jawab mengunggah *e-paper* dan seluruh artikel di rubrik *Galeria, Komunitas, Kuliner, Tahukah Kamu?, Musik&Film, dan Pesona* juga memantau *website* untuk mengantisipasi terjadinya gangguan pada *website*.
- *Admin 2*: Bertanggung jawab untuk mengunggah berita dalam rubrik *Semarang*.
- *Admin 3*: Bertanggung jawab untuk mengunggah berita dalam rubrik *Utama* serta *memposting link* berita di media sosial seperti *Facebook, Twitter, dan Instagram*.

1.8 Goals and Objective

1.8.1 Goals

Goals dari pembuatan dan pengelolaan *website Wawasan.co* yaitu meningkatkan *awareness* target audiens terhadap *website Wawasan.co* hingga menimbulkan perilaku target audiens mengkonsumsi media *online* dengan mengunjungi *website Wawasan.co*. Kotler (2006) menjelaskan bahwa dalam meningkatkan strategi penjualan produk dapat menggunakan rumus AIDA yakni perhatian (*attention*), menimbulkan minat (*interest*), membangkitkan keinginan (*desire*), dan menghasilkan tindakan (*action*). Dalam keempat tahapan tersebut, hanya dua tahap yang menjadi tujuan pembuatan dan pengelolaan *website Wawasan.co* yaitu:

- a. *Attention* (perhatian), langkah awal dalam konsep Kotler untuk melakukan promosi yaitu dengan menarik perhatian target audiens dengan cara mempromosikan *website Wawasan.co* melalui media sosial yang dimiliki Harian Wawasan. Dengan nama yang sudah dimiliki,

Harian Wawasan dibawah naungan Suara Merdeka bisa menarik perhatian target audiens secara tidak langsung.

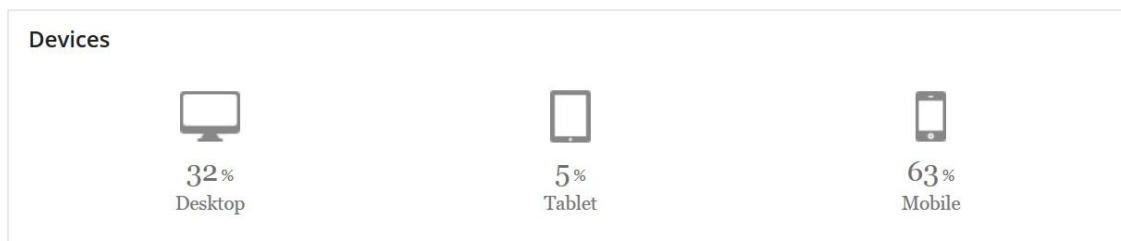
- b. *Interest* (ketertarikan), setelah berhasil menarik perhatian target target audiens, maka muncul rasa ketertarikan target audiens untuk mengunjungi *website Wawasan.co* setelah apa yang mereka ketahui seputar *website Wawasan.co* melalui akun media sosial Harian Wawasan yang mereka ikuti.

1.8.2 Objective

- Meningkatkan jumlah *visitor website Wawasan.co* dari 13 pengunjung/hari menjadi 50 pengunjung/hari.
- Meningkatkan jumlah *visitor website Wawasan.co* dari 400 pengunjung/bulan menjadi 1500 pengunjung/bulan.

1.9 Saluran Akses *Wawasan.co*

Perangkat yang Digunakan



Gambar 4.5 menunjukkan data yang menunjukkan perangkat yang digunakan pembaca untuk mengunjungi *Wawasan.co*. Dari data tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa paling banyak pengunjung (*visitors*) menggunakan handphone atau *smart phone* untuk mengunjungi *Wawasan.co* dengan persentase sebesar 63 persen. Disusul dengan penggunaan *personal*

computer (pc) dan *notebook* sebesar 32 persen. Paling sedikit pengunjung menggunakan tablet, dengan persentase lima persen.

Dibandingkan dengan *website Harian Wawasan* sebelumnya yang berdomain www.koranwawasan.com. *Wawasan.co* mempunyai tampilan yang lebih baik karena sudah melalui beberapa tahap penyempurnaan, seperti memperbaiki *bug* yang terjadi pada *Koranwawasan.com*. Selain itu, menggunakan desain keseluruhan *template* yang lebih “fresh”. Berikut ini gambar perbandingan antara *Koranwawasan.com* dengan *Wawasan.co*.

1.10 Kesimpulan

Selama 50 hari project, *Wawasan.co* berhasil memenuhi target audiens, yaitu sebanyak 6.856 *visitors*, dengan rincian 3.428 *visitors* per bulannya. Sementara target awal yang direncanakan yaitu 1.500 *visitors* per bulan. Dalam hitungan hari, *Wawasan.co* berhasil memenuhi target audiens yang mencapai 258 *visitors* per harinya. Sementara target awal adalah 50 *visitors* per hari.

Konsep yang digunakan *Wawasan.co* untuk menyuguhkan sebuah portal berita *online* yang mewakili remaja dan Semarang dinilai berhasil, karena 69 persen dari 100 responden mengaku *Wawasan.co* sudah sesuai dengan ekspektasi target audiens (dari segi tampilan *website* dan isi berita maupun artikel).

Selain itu, tim *Wawasan.co* berhasil memenuhi target berita dengan mengunggah 69 artikel (dari target 60 artikel) dalam kurun waktu 50 hari. Akun media sosial twitter dan instagram *Harian Wawasan* mampu mencapai target *followers* masing-masing sebanyak 691 *followers* untuk *twitter* dan 500 *followers* untuk instagram dengan target awal 500 *followers*.

Dari segi tampilan *website*, dapat membuat desain *website* sesuai dengan konsep yang sudah direncanakan sebelumnya, menggunakan *template website magazine Sahifa* yang diubah sedemikian rupa agar sesuai dengan logo *Harian Wawasan*. Walaupun *Wawasan.co* sering mengalami eror, dengan pengawasan secara rutin, *Wawasan.co* dapat *online* dengan baik selama 7 hari 24 jam 7.

Selama proses peliputan dapat mengambil foto dengan baik dari semua liputan, sehingga tidak mengharuskan mencari foto sekunder dari pihak lain ataupun internet. Berhasil mengedit dan mengunggah seluruh artikel yang berjumlah 69 artikel selama pengelolaan *Wawasan.co*.