

**KARYA BIDANG PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN WEBSITE  
“WAWASAN.CO” (REPORTER 2, ADMIN 2, DAN VIDEOGRAPHER)**

**Trian Kurnia Hikmandika**

**14030111130042**

**ABSTRAK**

Saat ini, industri media di Indonesia saling terintegrasi antara media cetak dengan media online. Portal berita online digunakan untuk mempublikasikan berita yang dihasilkan oleh media cetak. Karya bidang jurnalistik ini berawal dari keresahan karena tidak dikelolanya portal berita online milik *Harian Wawasan*. Kami bekerjasama dengan *Harian Wawasan* untuk membuat dan mengelola portal berita online [www.wawasan.co](http://www.wawasan.co). Tujuannya yaitu menyediakan dan membagikan informasi seputar Jawa Tengah. Segmentasi dari [www.wawasan.co](http://www.wawasan.co) yaitu anak muda yang hidup di Jawa Tengah khususnya Semarang.

Dalam proses pengelolanya, penulis berperan sebagai reporter 2, admin 2, serta videographer. Sebagai reporter 2, penulis melakukan penulisan artikel dan pengambilan foto/gambar pada rubrik Komunitas, Pesona, Musik & Film, Galeria, dan Kuliner. Sebagai admin 2, penulis bertanggung jawab mengunggah berita pada rubrik Semarang dan membagikannya melalui akun sosial media *Twitter*, *Facebook*, dan *Fanpage Facebook*. Sebagai videographer, penulis mengambil gambar dan melakukan proses editing.

Selama proses pengelolaan website, *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 mengunggah 69 artikel dan 7 video dari target 60 artikel selama project berlangsung.

Dari hasil evaluasi diketahui bahwa sebesar 93% khalayak tahu keberadaan *Wawasan.co* dan 95 % berminat untuk mengunjungi *Wawasan.co*.

*Kata Kunci: Portal berita Online, Informasi, Jurnalistik wawasan.co,*

## **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*.

Pada tahun 2013, *website Wawasan* kembali mengalami perubahan baik dari segi tampilan maupun *domain*, situs resmi yang masih dapat diakses sampai saat ini tersebut yaitu [www.koranwawasan.com](http://www.koranwawasan.com) dan sub *domain* [www.epaper.koranwawasan.com](http://www.epaper.koranwawasan.com). Serupa dengan portal berita *online* lainnya, dalam *website Wawasan* terdapat berbagai macam rubrik yang menyajikan berbagai informasi terbaru, tidak hanya daerah Jawa Tengah, namun didalamnya juga terdapat berita nasional. Terdapat 14 rubrik, yaitu UTAMA, BISNIS, POLITIKA, EDUKATIKA, GEBYAR, OLAHRAGA, SEPAK BOLA, SEMARANG, JATENG REGION, JATENG CORNER, PESONA, GALERIA, OPINI, dan SURAT PEMBACA.

Walaupun memiliki rubrik yang cukup banyak dan lengkap, berdasarkan hasil observasi, pengunjung [www.koranwawasan.com](http://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](http://www.epaper.koranwawasan.com) yang setiap bulannya dapat dikunjungi sekitar 40.000 *visitor*.

Website [www.koranwawasan.com](http://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.

*Website* ini dibuat untuk melengkapi *website Wawasan* sebelumnya. Namun, konten dan segmentasi dalam *Wawasan.co* tidak sama seperti [www.koranwawasan.com](http://www.koranwawasan.com) yang memiliki target audiens usia 18-65 tahun. *Wawasan.co* menjangkau segmentasi anak muda, secara demografis perempuan/laki-laki usia 17-35 tahun yang biasa menggunakan internet dan mengunjungi portal berita *online*.

## **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](http://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**

Penentuan konten yang diwujudkan dalam bentuk rubrik dipilih berdasarkan hasil riset tentang konten favorit saat mencari informasi (tabel 1.1). Dari hasil riset tersebut didapatkan 5 rubrik ditambah dari 2 rubrik asli *website Wawasan*, yaitu:

### **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”. Untuk musik, *Wawasan.co* akan membahas suatu musisi/band atau isu-isu tentang musik yang sedang populer di kalangan masyarakat.

Untuk Film, selama dua bulan *Wawasan.co* akan membahas film yang direkomendasikan untuk ditonton yang disajikan dengan menampilkan sinopsis dan cuplikan film tersebut.

### **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. Mulai dari *event* maupun profil komunitas itu sendiri yang akan dibahas lengkap dalam *Wawasan.co*.

### **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”. Berisi berita/artikel

mengenai tempat wisata bersejarah dan memiliki unsur kebudayaan, berikut dengan *event-event* budaya yang dilakukan di masing-masing Kabupaten/Kota di Jawa Tengah. Sub konten yang kedua yaitu “Alam” yang berisi berita/artikel mengenai wisata alam di Jawa Tengah. Secara keseluruhan, rubrik ini akan memberikan gambaran kepada para pembaca tempat wisata mana di Jawa Tengah yang bagus untuk dijadikan referensi wisata yang belum banyak dipublikasikan oleh media. Rubrik ini pun akan menampilkan foto/gambar tempat wisata yang dibahas.

#### **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 dan juga berisi fakta-fakta unik yang belum banyak diketahui tentang objek yang diberitakan.

#### **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. Selain itu *Wawasan.co* juga akan memberikan informasi mengenai tempat dijualnya jenis makanan tersebut di Semarang maupun Jawa Tengah.

#### **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.

### **1.6.7 Berita Utama**

Rubrik “Berita Utama” merupakan salah satu rubrik asli yang dimiliki sebelumnya oleh *website Wawasan* yang akan kami angkat kembali dalam *Wawasan.co*. Isi dari rubrik “Berita Utama” yaitu *hardnews* mengenai peristiwa-peristiwa yang saat ini terjadi atau bisa diartikan sebagai berita terkini. Rubrik ini sebagian besar diisi oleh redaksi *Wawasan*.

### **1.6.8 Semarang**

Rubrik “Semarang” merupakan salah satu rubrik asli yang dimiliki sebelumnya oleh *website Wawasan* yang akan kami angkat kembali dalam *Wawasan.co*. Isi dari rubrik “Semarang” yaitu *hardnews* mengenai peristiwa-peristiwa yang saat ini terjadi atau bisa diartikan sebagai berita terkini seputar Semarang. Rubrik ini sebagian besar diisi oleh redaksi *Wawasan*.

## **1.7 Pembagian Job Desk**

Pengerjaan Portal Berita *Online* ini akan dilakukan oleh:

- a. Rifqi Aditya Utama sebagai Desainer *website*, *reporter* 1, *fotografer*, dan *editor* berita/artikel.
- b. Trian Kurnia Hikmandika sebagai *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 Kesimpulan**

Selama berlangsungnya *project*, *Wawasan.co* berhasil memenuhi target yang sudah dibuat. Selama 50 hari berlangsungnya *project* ini 6.856 *visitors* sudah mengakses *Wawasan.co*, sedangkan per bulannya mencapai 3.428 *visitors website Wawasan.co* dari target awal sebanyak 1.500 *visitors* per bulannya. Dengan rata-rata *visitors* per hari mencapai 258, sementara target awal hanya 50 *visitors* per harinya.

Kemudian akun media sosial twitter dan instagram Harian Wawasan mampu mencapai target followers masing-masing sebanyak 691 untuk twitter dan 500 untuk instagram dengan target awal 500 followers.

Deangan konsep yang digunakan *Wawasan.co* untuk menyuguhkan sebuah portal berita online yang mewakili remaja dan Semarang dinilai berhasil, karena 69 persen 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) dan dapat menghasilkan 7 video selama kurun waktu 50 hari dengan 6 rubrik yang dibuat yakni Galeria, Pesona, Komunitas, Musik & Film, Tahukah Kamu, dan Kuliner. Sedangkan untuk rubrik Utama dan Semarang berhasil dikelola secara rutin setiap harinya dengan mengunggah berita dari versi cetak dan *e-paper* Harian Wawasan.