

## BAB II

### PRA PRODUKSI PADA MEDIA ONLINE DIORAMALANG.COM

#### 2.1 Konsep-Konsep Manajemen Media Online

##### 2.1.1 Jurnalistik *Online*

Menurut Asep (dalam Andini Nur Bahri, 2019) Jurnalistik Online, yang juga dikenal sebagai cyber journalism, jurnalistik internet, dan web journalism, merupakan evolusi baru dalam dunia jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (seperti media cetak) dan jurnalistik penyiaran (radio dan televisi).

Menurut Foust (dalam Lintang Muliawanti, 2018), ada beberapa kekuatan atau potensi jurnalisme online sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat. Pertama, audiens memiliki kebebasan lebih dalam memilih berita yang mereka inginkan (*audience control*). Kedua, setiap berita memiliki keberadaan independen yang kuat (*nonlinearity*). Ketiga, berita dapat disimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh masyarakat (*storage and retrieval*). Kelima, informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada masyarakat (*immediacy*). Keenam, redaksi bisa menyertakan teks, gambar, suara, gambar animasi, foto, video, lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh masyarakat (*multimedia capability*). Ketujuh, memungkinkan adanya interaksi (*interactivity*).

Pada portal media Dioramalang.com memiliki beberapa karakteristik jurnalistik, yaitu *audience control* masyarakat dapat memilih berita yang disajikan dengan leluasa. Selanjutnya yaitu *unlimited space* jumlah berita

menjadi jauh lebih lengkap, karena pada setiap berita yang terdapat di Dioramalang.com selalu didukung dengan berbagai sumber yang terpercaya. Kemudian interactivitiy kemungkinan besar terjadinya interaksi pada pembaca, Dioramalang.com memiliki kata sapaan yang nantinya akan menumbuhkan kedekatan antara penulis dengan pembaca

### 2.1.2 News Value

Menurut Downie dan Kaiser (dalam Eni Suheni, 2011) Nilai berita adalah tugas yang tidak sederhana. Istilah ini mencakup segala hal yang tidak terbatas. Sulit untuk mengukur dengan tepat seberapa tinggi nilai tersebut. Nilai berita menjadi semakin kompleks ketika terkait dengan tantangan untuk mengonseptualisasikan apa yang disebut sebagai berita.

Berikut adalah kriteria untuk menilai nilai sebuah berita.

- a. Keluarbiasaannya (*unusualness*)
- b. Kebaruan
- c. Akibat (*impact*)
- d. Kedekatan (*proximity*)
- e. Informasi (*information*)
- f. Konflik (*conflict*)
- g. Orang penting (*prominence*)
- h. Kejutan (*surprising*)
- i. Ketertarikan manusia (*human interest*)
- j. Signifikan (*Significance*)

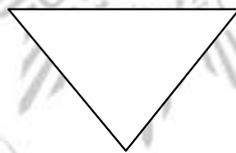
Dari hasil survey yang dilakukan oleh Dioramalang.com untuk mendapatkan nilai berita (*news value*) bahwa 49% responden ingin

mengetahui artikel maupun berita mengenai budaya, 28% responden ingin mengetahui artikel atau berita mengenai sejarah, dan sisanya yaitu 23% responden yang ingin mengetahui tentang tradisi. Oleh karena itu berdasar pada data survey yang diperoleh maka penulis beserta tim Dioramalang.com sebagai salah satu acuan untuk menulis sebuah artikel. Selain itu penulis juga dapat memprediksi urutan artikel mana yang nantinya akan ditulis, dan memiliki banyak peminat untuk membaca artikel

### 2.1.3 Struktur Teks Berita

Menurut Potter (2006) dalam bukunya yang berjudul *Guide du Journalisme Independent* pada jurnal skripsi milik (Kunthi Afdalya Wilujeng, 2023) mengungkapkan bahwa terdapat tiga struktur dalam membuat artikel atau berita, yaitu *la pyramide inversee*, *le sablier*, dan *le losagne*.

#### 1. *La Pyramide Inversee* (Piramida Terbalik)

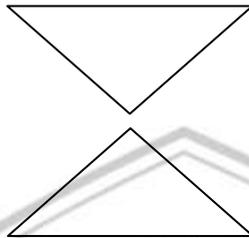


Gambar 1. *La Pyramide Inversee* (Piramida Terbalik)

Struktur ini adalah struktur yang umum digunakan pada penulisan artikel atau berita. Potter (2006) juga menjelaskan bahwa teknik yang dikenal dengan “piramida terbalik”, menempatkan informasi penting pada pembukaan yang kemudian diikuti dengan fakta- fakta lain yang ditempatkan pada urutan kepentingan menurun. Bentuk teori seperti ini cocok

untuk menampilkan berita yang kriteria aktualitasnya penting.

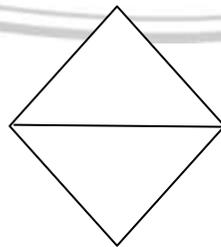
## 2. *Le Sablier* (Jam Pasir)



Gambar 2. *Le Sablier* (Jam Pasir)

Potter (2006) menyatakan struktur atau teknik ini dapat diartikan sebagai sebuah variasi dari piramida terbalik, struktur ini juga dikenal dengan jam pasir. Pada piramda terbalik artikel dimulai dengan informasi paling penting, kemudian diikuti dengan beberapa paragraph singkat, artikel itu mengambil catatan kronologis fakta.

## 3. *Le Losange* (Berlian)



Gambar 3. *Le Losange* (Berlian)

*Le Losange* atau berlian menurut Potter

(2006) menyatakan bahwa teori tersebut adalah cara lain untuk menyusun narasi atau juga disebut rencana “berlian”. Pada hal ini jurnalis memulai dengan anekdot yang menampilkan tokoh yang pengalamannya menjadi contoh dalam konteks artikel. Narasi singkat ini kemudian berkembang untuk bergabung dengan makna narasi yang lebih besar. Pada akhirnya, penulis artikel kembali ke titik awal untuk memberikan kesimpulannya di portal berita Dioramalang.com, penulis menggunakan struktur berita yang mengikuti pola piramida terbalik. Penggunaan piramida terbalik ini mampu membantu pembaca untuk lebih mudah memahami artikel yang dibuat oleh penulis. Sehingga pembaca dengan mudah mengikuti alur cerita yang ingin disampaikan oleh penulis.

#### 2.1.4 Kode Etik Jurnalistik

Menurut Sukardi (2008:27) dalam jurnal milik Rivaldi Takalelumang (2019) menjelaskan Kode Etik Jurnalistik (KEJ) adalah kumpulan aturan etika dalam jurnanisme yang disusun oleh dan untuk para wartawan sendiri, yang hanya berlaku bagi mereka dan tidak dapat diterapkan oleh individu atau lembaga lain. Pun di luar yang ditentukan oleh kode etik jurnalistik tersebut terhadap para jurnalistik (wartawan), termasuk menyatakan ada tidak pelanggaran etika berdasarkan Kode Etik Jurnalistik itu.

Pada Kode Etik Jurnalistik dinyatakan bahwa kebebasan pers adalah perwujudan kemerdekaan menyatakan pendapat sebagaimana tercantum dalam pasal 28 UUD 1945, yang sekaligus pula merupakan salah satu ciri Negara hukum, termasuk Indonesia. Namun kemerdekaan/kebebasan tersebut adalah kebebasan yang bertanggung jawab, yang semestinya sejalan dengan kesejahteraan sosial yang dijiwai oleh landasan moral. Karena Dewan Pers menetapkan Kode Etik Jurnalistik yang salah satu landasannya adalah untuk melestarikan kemerdekaan/kebebasan pers yang bertanggung jawab, disamping merupakan landasan etika para jurnalis. (R.Takalelumang, 2019).

Dalam portal berita Dioramalang.com sebelum menulis artikel penulis menyeleksi kembali sumber-sumber yang telah

diperoleh. Sumber-sumber yang penulis dapatkan nantinya akan dijadikan artikel yang dapat dipercaya oleh pembaca. Penulis juga berpedoman pada sumber-sumber yang terpercaya sehingga nantinya artikel yang disajikan pada pembaca sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

### **2.1.5 Akurasi Berita dalam Jurnalistik *Online***

Dalam kajiannya tentang Akurasi Berita dalam Jurnalistik Online (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews), Christiany Juditha menegaskan bahwa akurasi merupakan elemen penting dari objektivitas berita. Akurasi mencakup ketepatan, kebenaran, dan minimnya kesalahan dalam penyajian berita. Tingkat akurasi ini memiliki dampak besar terhadap penilaian terhadap kredibilitas media serta jurnalis yang bertanggung jawab atas berita tersebut. Akurasi tidak hanya berlaku pada aspek-aspek detail spesifik, tetapi juga mencakup kesan umum yang disampaikan. Menjamin kebenaran atau akurasi suatu berita sangat penting untuk memastikan kepercayaan pembaca. (Juditha, 2013).

Sedangkan menurut Icha Rochmah Maghrifi dalam jurnalnya menjelaskan bahwa secara mendasar akurasi memerlukan verifikasi terhadap fakta atau informasi. Setidaknya seluruh informasi yang diperoleh harus diverifikasi sebelum disajikan. Dalam memenuhi standar akurasi berita, praktik cek dan ricek,

koreksi kesalahan tulis dan peningkatan kecermatan penggunaan bahasa menjadi indikator akurasi yang pokok dalam pengolahan berita merupakan suatu keharusan yang baiknya dilakukan (Icha, 2020).

Dalam portal berita Dioramalang.com tahap akurasi berita melalui beberapa tahap yaitu, praktik cek dan ricek, pada tahap ini penulis juga memverifikasi sumber informasi atau fakta yang diperoleh sebelum disajikan untuk pembaca. Selain itu penulis juga melakukan peningkatan kecermatan dalam penggunaan bahasa dalam pengolahan berita atau artikel yang dibuat.

#### **2.1.6 Search Engine Optimization (SEO)**

Menurut Hissom (2010) dalam jurnal milik Rafi Bagaskara Halilintar dan Dony Ariyus menjelaskan bahwa *Search Engine Optimization (SEO)* merupakan suatu metode yang memanfaatkan prinsip-prinsip pencarian dari mesin pencari untuk mendapatkan dan meningkatkan peringkat serta visibilitas sebuah halaman website, serta untuk meningkatkan jumlah kunjungan yang diterima. Sedangkan menurut Sohail (2012) dalam jurnal milik Fadillah Abdjul dkk juga menjelaskan SEO merupakan sebuah halaman *website* untuk memiliki tingkat visibilitas serta peringkat yang tinggi dalam hasil pencarian.

#### **2.1.7 Website Performance**

Menurut The Free Dictionary dalam jurnal milik Muhammad Farhan, website adalah sekumpulan halaman yang saling berhubungan termasuk sebuah homepage umumnya berada pada peladen yang sama, disiapkan, dan dipelihara sebagai kumpulan informasi oleh seseorang, kelompok atau organisasi.

### **2.1.8 User Generated Content (UGC)**

Berdasarkan OECD (2007) dalam jurnal milik I Wayan Eka Arta Wibawa dkk, menjelaskan bahwa konsep “web partisipatif” didasarkan pada web yang memberdayakan pengguna untuk berkontribusi untuk mengembangkan, menilai, berkerjasama, dan mendistribusikan konten internet. Perangkat lunak web yang baru memungkinkan penyedia layanan komersil dan non-komersil memperluas sumber konten dari pengguna internet yang juga disebut dengan “kecerdasan kolektif”. Pemanfaatan informasi di web dalam bentuk data, metadata, sumber informasi serta menciptakan hubungan antara mereka. Karakteristik lainnya pada web partisipatif ialah komunikasi antara pengguna dan aplikasi secara terpisah melalui web standar dan tampilan antar muka.

### **2.1.9 Prinsip-prinsip Jurnalisme Bill Kovach dan Tom Rosentiel**

Prinsip-prinsip jurnalisme Bill Kovach dan Tom Rosentiel pada bukunya yang berjudul *The Elements of Journalism: What the People Should Know and The Public Should Except*, dalam jurnal milik Asep Awaludin dan Rista (2022) Kovach dan Rosentiel

(2004:6) menegaskan sembilan aspek jurnanisme yang diharapkan dan dapat diimplementasikan oleh wartawan untuk mencapai tujuan utama jurnanisme. Sembilan aspek tersebut, menurut Kovach (2004:9), meliputi:

1. Menitikberatkan pada kebenaran sebagai kewajiban utama jurnanisme.
2. Menempatkan loyalitas pertama jurnanisme kepada masyarakat.
3. Esensi dari praktik jurnanisme adalah verifikasi.
4. Mempertahankan independensi dalam memperoleh sumber berita adalah tanggung jawab wartawan.
5. Melakukan fungsi pemantauan terhadap kekuasaan merupakan esensi dari jurnanisme.
6. Menyajikan jurnanisme sebagai wadah publik, yang memberikan ruang untuk kritik, saran, dan komentar dari masyarakat.
7. Menyajikan berita yang menarik dan relevan agar memikat pembaca.
8. Memastikan berita yang disampaikan bersifat proporsional dan komprehensif.
9. Jurnanisme harus mendengarkan atau mengikuti hati nurani mereka.

## **2.2 Riset Pra Produksi**

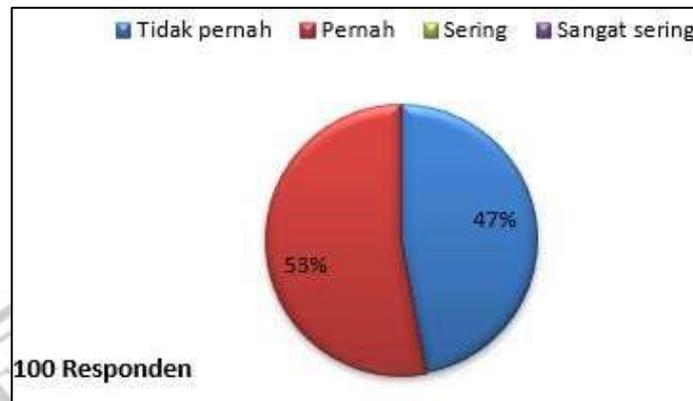
Riset setelah Produksi dalam manajemen online dari Dioramalang.com, dilakukan agar nantinya Dioramalang.com menjadi salah satu media online yang mudah dikenali oleh pembaca. Oleh karena itu riset pra produksi ini dilakukan dengan berbagai cara.

### **2.2.1 Riset Konten**

Selain portal berita *online* Dioramalang.com tentu masih banyak portal berita lainnya yang menyajikan informasi ataupun berita yang berkaitan dengan sejarah, budaya, dan tradisi yang ada di Kota Malang. Maka dari itu riset konten ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang sudah disuguhkan oleh portal berita lain. Riset konten juga dijadikan sebagai pedoman penulis dalam menyuguhkan sebuah informasi kepada pembaca.

Portal berita *online* Dioramalang.com berkiblat pada portal berita Ngalam.co dan Terakota.id dalam menulis sebuah artikel. Kedua portal berita tersebut paling sering dijadikan rujukan dalam mencari informasi mengenai budaya, tradisi, dan sejarah. Hal tersebut terbukti dengan adanya hasil riset yang telah diperoleh.

Diagram 1: Apakah anda pernah mengunjungi website berita tentang“Malang, Budaya, Sejarah, dan Tradisi” ketika mengakses internet?



Sumber: Olah data Dioramalang.com 2020

Data di atas diperoleh setelah melakukan survey pada 100 responden. Dari 100 responden, 53% menyatakan bahwa pernah mengakses website berita mengenai budaya, sejarah, dan tradisi. Sedangkan 47 lainnya mengaku tidak mengakses website berita mengenai budaya, sejarah, dan tradisi.

Oleh karena itu, berdasarkan data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa peminat yang mengakses informasi mengenai budaya, sejarah, dan tradisi masih banyak. Maka penulis juga menjadikan data di atas sebagai acuan atau rekomendasi dalam menyuguhkan artikel yang bertema Malang: Budaya, Sejarah, dan Tradisi. Banyaknya minat masyarakat mengakses informasi mengenai budaya, sejarah, dan tradisi juga merupakan peluang bagi Dioramalang.com untuk berkembang.

Diagram 2: Jika pernah mengunjungi, media online manakah yang anda sukai?



Sumber: Olah data Dioramalang.com 2020

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari 53 responden yang telah menjawab pernah mengakses website mengenai budaya, sejarah, dan tradisi bahwa sebanyak 49% atau 26 responden mengunjungi website Ngalam.co. Sedangkan untuk Terakota.id terdapat 28% atau 15 responden. Lalu Malang-guidence.com sebanyak 6 responden atau 11% dan yang terakhir Demalangkultur.com terdapat 6 responden atau 12%.

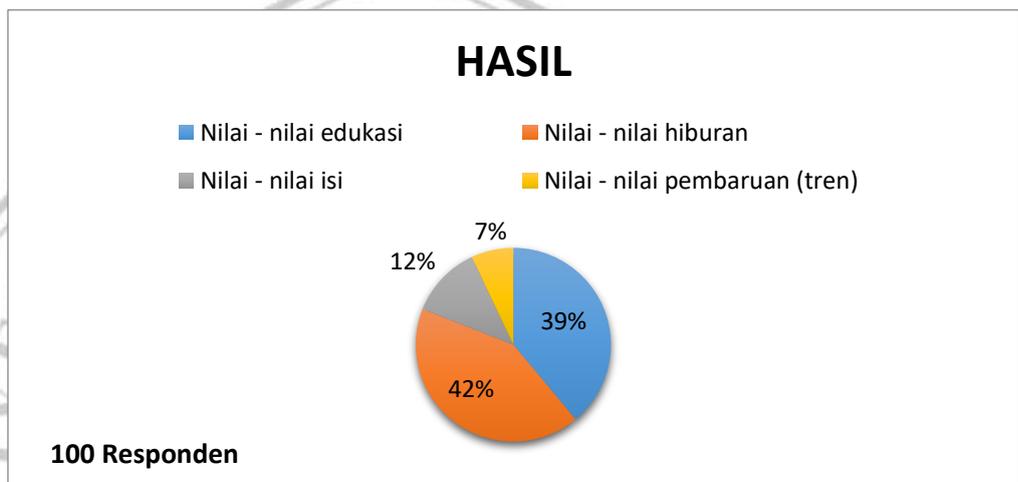
Terakota.id dan Ngalam.co memiliki presentase tinggi pada data tersebut. maka dari itu Ngalam.co dan Terakota.id dijadikan penulis sebagai acuan atau rekomendasi dalam mencari referensi atau rujukan. Sajian yang disuguhkan oleh Dioramalang dapat bersaing dengan portal berita lainnya di Malang.

### 2.2.2 Survey Pra Produksi

Adanya Dioramalang.com saat ini tentu saja tidak lepas dari adanya *riset audience*. Artikel mengenai budaya pada media online Dioramalang.com tentu saja juga bedasarkan acuan dari hasil *riset*

*audience*. Metode yang digunakan dalam melakukan *riset audience* yaitu dengan cara penyebaran kuisisioner ke dalam enam daerah, yaitu Malang, Batu, Surabaya, Pasuruan, Mojokerto, dan Madura.

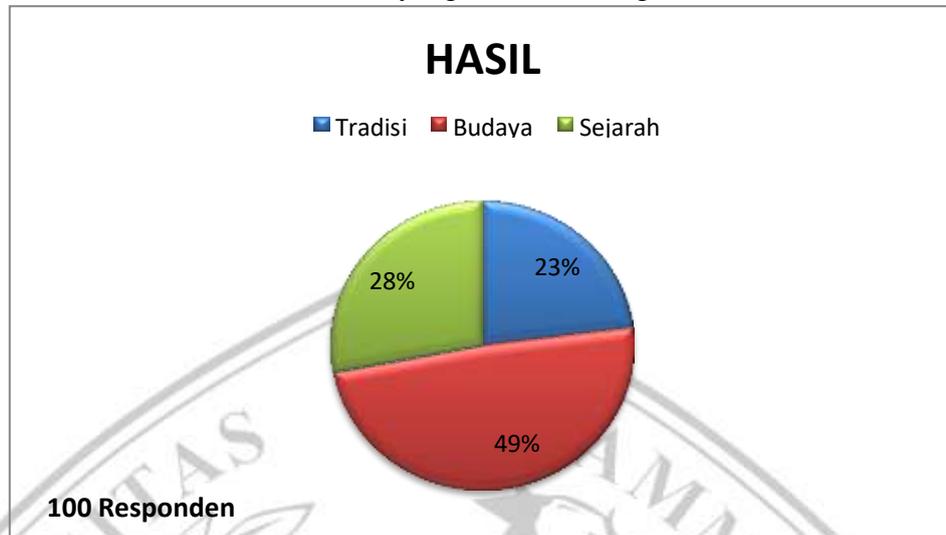
Diagram 3: Nilai – nilai apa yang ingin anda ketahui dari berita yang bertema“Malang: Tradisi, Budaya dan Sejarah”?



*Sumber: Olah data Dioramalang.com 2020*

Dari 100 responden, mayoritas memilih Nilai – nilai hiburan untuk kami angkat dalam berita dengan jumlah pemilih 42 orang. Sisanya, memilih nilai-nilai edukasi dengan jumlah pemilih 39 orang. Lalu, nilai-nilai isi dengan jumlah pemilih 12 orang dan nilai-nilai pembaruan (tren) dengan jumlah pemilih 7 orang. Maka dari itu, untuk menentukan varietas berita kami mengutamakan nilai-nilai hiburan berdasarkan hasil tersebut.

Diagram 4: Cerita seperti apa yang ingin anda ketahui tentang sesuatu yang ada di Malang



*Sumber: Olah data Dioramalang.com 2020*

Dari 100 responden, mayoritas memilih budaya untuk dikulik dalam berita kami dengan jumlah pemilih 49 orang. Sisanya, memilih sejarah dengan jumlah pemilih 28 orang dan tradisi dengan jumlah pemilih 23 orang. Maka dari itu, berdasarkan hasil tersebut kami akan mengulik lebih banyak tentang budaya namun juga akan mengulik tentang sejarah tanpa melebihi kapasitas pembahasan budaya dan juga akan membahas tradisi tanpa melebihi kapasitas pembahasan budaya dan sejarah. Metode survei yang kami gunakan yaitu mengisi kuisisioner. Kuisisioner disebar pada enam daerah yaitu Malang, Mojokerto, Batu, Pasuruan, Surabaya, dan Madura.

### 2.2.3 Wawancara

Selain itu, kami juga melakukan wawancara dengan

jurnalis Harian Bhirawa, Kariadi S.E. Dia menjelaskan bahwa topik berita mengenai informasi sejarah, budaya, dan tradisi Malang seringkali diangkat dalam format berita fitur. Mengenai gaya penulisan, berita tersebut umumnya disajikan dalam bentuk artikel non-fiksi atau semi-ilmiah. Artinya, artikel yang dibuat harus berdasarkan fakta yang nyata, sering kali berdasarkan penelitian mengenai cerita-cerita masa lalu. tentang perkembangan budaya, sejarah dan tradisi serta beirta apa saja yang harus diangkat mengenai budaya, sejarah dan tradisi di Malang.

Melalui wawancara bersama seorang mahasiswa Universitas Negeri Malang (UM) Jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) kami menemukan bahwa kalangan mahasiswa sering mengunjungi media online seperti VICE Indonesia, CNN, dan Detik.com.

Menurut narasumber berita mengenai sejarah, tradisi, dan budaya itu menarik untuk dibaca, tetapi semua itu akan terasa membosankan jika penulisnya tidak begitu kreatif dalam menulis artikelnya. Ada baiknya jika pada artikel itu diselipkan rekomendasi tempat-tempat kuliner up to date di Malang yang belum banyak diketahui oleh orang Malang sendiri. Banyak sekali karya seni anak Malang atau mahasiswa Malang yang belum begitu terkenal, tapi layak untuk dipublikasikan karyanya.

Kuliner juga saat ini banyak digandrungi anak muda. Jika

tema kuliner diangkat padamedia kita ada baiknya jika dengan berbeda sudut pandang berbeda, maka nantinya akan membawa kesan yang berbeda sehingga mudah diingat oleh pembaca.

Melalui wawancara bersama Prima Shovia, kami menemukan bahwa Generasi „X“ lumayan mengikuti perkembangan informasi tentang sejarah, budaya, dan tradisi kota Malang. Meski begitu, informasi yang didapatkan hanya beberapa saja, karena terbatas dan masih banyak yang belum diketahui.

Dalam mengakses informasi, Generasi „X“ cenderung banyak menggunakan media online daripada media cetak karena lebih simple dan praktis. Terlebih, media online bisa diakses dimanapun dan kapanpun sedangkan media cetak kurang efisien karena media fisiknya seperti koran atau majalah mengharuskan pembaca untuk membeli. Informasinya juga cenderung terbatas.

Maka dari itu, generasi „X“ menginginkan adanya portal berita yang membahas tentang sejarah, tradisi, dan budaya Malang yang menyajikan fakta-fakta menarik yang masih jarang diketahui dan belum dibahas oleh media lainnya. Selain itu, portal berita dengan bahasa yang enak dibaca dan judul yang menarik bisa menjadi poin penting yang harus dipertimbangkan untuk membangun sebuah portal berita.

Narasumber juga ingin lebih mengetahui tentang sejarah

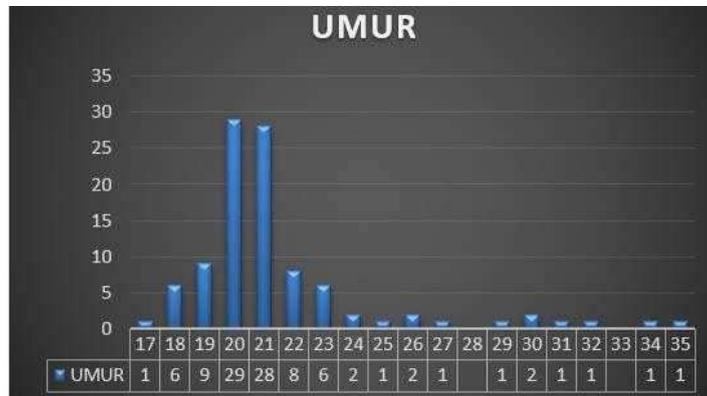
Malang pada zaman dahulu. Mulai dari kerajaan yang di Malang hingga situs-situs sejarah. Menurut narasumber media kami akan lebih menarik jika terdapat sejarah di Kota Malang pada zaman kerajaan hingga zaman sekarang. Ditambah lagi jika terdapat sejarah situs-situs budaya di Malang.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan. Bahwa informasi yang mengenai tradisi, sejarah, dan budaya saat ini masih terkesan membosankan dan kurang kreatif dalam menulis artikel. Namun sebenarnya berita mengenai sejarah, tradisi, dan budaya ini sangat menarik untuk dibaca. Maka dari itu penulis merasa tertantang untuk mengolah kosakata dan judul dalam menyajikan sebuah artikel mengenai tradisi, sejarah, dan budaya.

### **2.3 Penentuan Target Audience**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh tim redaksi, data demografis menunjukkan bahwa usia termuda yang tercatat adalah 17 tahun, sementara usia tertua yang tercatat adalah 35 tahun, hasil ini didasarkan pada survei. Selain itu, mayoritas responden juga merupakan mahasiswa.

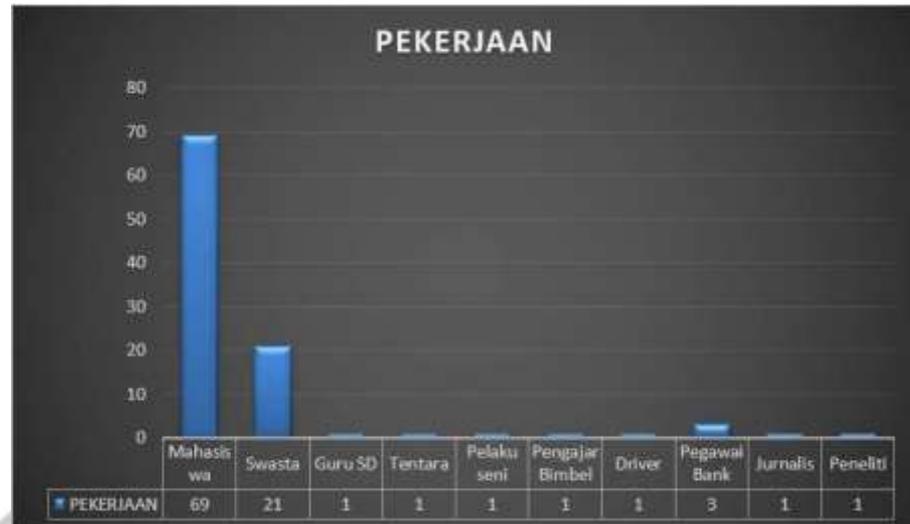
Diagram 5: Data usia responden



Sumber: Olah data Dioramalang.com 2020

Berdasarkan hasil diagram diatas, bahwa dari 100 responden yang telah menjawab survei, usia terbanyak yaitu kisaran 20 tahun dengan jumlah 29 responden. Usia 21 tahun menjadi terbanyak kedua, dengan jumlah responden yaitu 28 orang. Berdasarkan diagram diatas juga diketahui usia responden termuda adalah 17 tahun dan usia tertua adalah 35 tahun. Oleh karena itu berdasarkan hasil riset tim tersebut, tim dan penulis bersepakat untuk menulis artikel dengan gaya penulisan semi-formal.

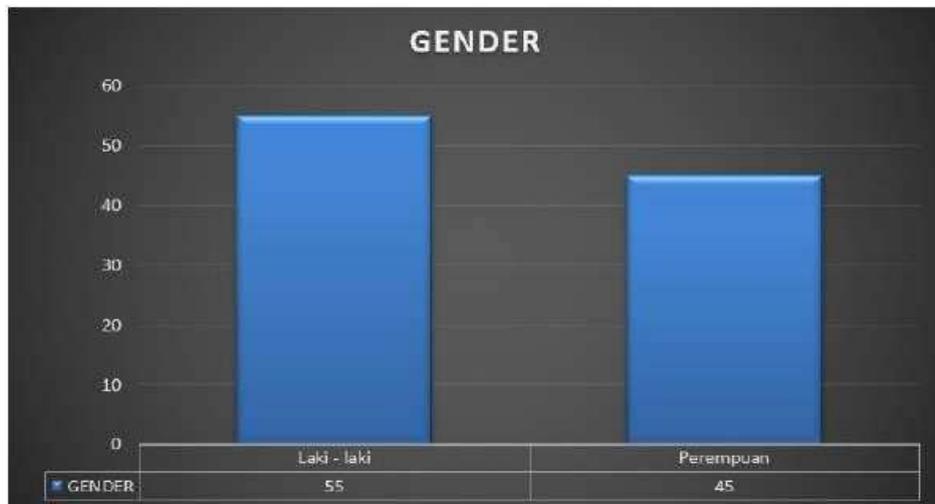
Diagram 6: Data Pekerjaan/Latar Belakang Responden



Sumber: Olah data Dioramalang.com 2020

Berdasarkan data yang didapatkan, latar belakang responden sebagian besar adalah mahasiswa. Hasil riset menjelaskan bahwa sebenarnya latar belakang responden sangat beragam, namun jumlah mahasiswa pada diagram diatas ternyata lebih banyak dibandingkan dengan pekerjaan/latar belakang lainnya, yaitu dengan jumlah 69 responden. Oleh karena itu penulis dan tim redaksi membuat kalimat sapaan untuk *audience* berdasarkan data tersebut, sehingga nantinya akan tercipta kedekatan antara penulis dengan pembaca.

Diagram 7: Data Jenis Kelamin Responden



*Sumber: Olah data Dioramalang.com 2020*

Berdasarkan data yang didapatkan, bahwa dari 100 responden mayoritas adalah berjenis kelamin laki-laki. Presentase yang diperoleh pada jenis kelamin laki-laki adalah 55 responden, dan untuk jenis kelamin perempuan presentase yang diperoleh berjumlah 45 responden. Oleh karena itu berdasarkan data tersebut penulis dan tim redaksi menyajikan sebuah artikel yang nantinya dipublikasikan dan dinikmati untuk berbagai jenis kelamin baik laki-laki maupun perempuan.

Diagram 8: Data Wilayah Responden



Sumber: Olah data Dioramalang.com 2020

Berdasarkan data pada tabel diatas, bahwa wilayah Batu memiliki jumlah paling banyak yaitu mencapai 24 responden. Maka dari itu data diatas juga dijadikan acuan oleh penulis dan tim redaksi dalam menulis artikel. Nantinya artikel yang dipublikasikan tidak hanya memuat informasi saja, namun juga dapat mengenal kembali tradisi, sejarah, dan budaya Malang. Target audience berdasarkan *Social Economy Status* pada media online Dioramalang.com, tidak hanya pada satu golongan saja. Pada dasarnya portal media Dioramalang.com ini tertuju untuk berbagai golongan, hal tersebut terbukti dengan adanya artikel yang dapat dengan mudah dibaca oleh golongan manapun. Selain itu artikel yang disajikan juga memiliki pengetahuan yang juga bertujuan untuk mengenalkan tradisi, sejarah, dan budaya Malang.

Jika ditentukan dari segi psikografis yaitu hasil survei yang diisi

oleh 100 responden, seluruhnya menggunakan internet yang cukup aktif. Mayoritas dari mereka menggunakan internet lebih dari 9 jam per hari. Tetapi sayangnya, dalam kurun waktu 9 jam per hari mereka tidak mengakses portal berita online untuk membaca berita. Adanya hal tersebut terbukti pada hasil survei, yaitu sebagian besar responden membutuhkan waktu sekitar 1-3 menit untuk membaca sebuah berita.

Dari data yang terurai diatas menjadi salah satu hal yang berpengaruh bagi tim redaksi dan penulis dalam penyajian sebuah artikel. Hal tersebut yaitu, dalam menyelesaikan berita, penulis semaksimal mungkin untuk mempertimbangkan sebuah gaya penulisan, gambar yang menarik untuk dibaca.

#### **2.4 Pembentukan Tim Redaksi**

Portal berita Dioramalang.com terdiri dari susunan tim redaksi yang memiliki peran dan tugasnya masing-masing. Diantaranya yaitu Alvien Wardhana Poernomo yang berperan sebagai Pimpinan Redaksi, Rofidah Noor yang berperan sebagai *Copy Editor*, Fiqih Aldy Maulidan berperan sebagai Desain Grafis, Syaifudin Zuhri yang berperan sebagai *Social Media Specialist*, dan penulis (Shofiyatul Izza Wahyuni) berperan sebagai Redaktur Pelaksana. Sebagai redaktur pelaksana yang bertanggung jawab penuh atas operasional media online, saya memiliki kendali penuh atas proses penyajian informasi. Oleh karena itu, tanggung jawab terhadap kendala dan risiko dalam proses tersebut menjadi milik saya sebagai redaktur pelaksana. Selain itu, saya juga bertugas

menetapkan standar informasi agar berita yang dihasilkan menarik. Standar tersebut harus dipilih dengan cermat sebelum berita tersebut dipublikasikan.

## **2.5 Standart Kerja (SOP)**

Standar kerja yang dilakukan oleh portal berita Dioramalang.com ini juga berlaku layaknya media profesional, meskipun portal berita ini baru saja lahir dan hanya dikelola oleh beberapa anggota saja. Standar yang telah ditetapkan juga berdasarkan kesepakatan seluruh tim redaksi, sehingga standar kerja (SOP) berjalan dengan baik.

### **2.5.1 Standart Penulisan**

#### *Features News*

Artikel fitur di Dioramalang.com disajikan dalam format medium dengan jumlah kata minimal 600, yang harus mencakup setidaknya lebih dari satu sumber data sekunder seperti jurnal, penelitian, atau karya ilmiah, serta kutipan dari media lain untuk mendukung informasi. Data primer hanya dimasukkan dalam pembahasan yang memungkinkan liputan baik secara offline maupun online.

#### *Straight News*

Artikel berita langsung di Dioramalang.com disajikan dalam format pendek dengan jumlah kata minimal 200, hanya

mengandalkan data primer dengan kutipan langsung dari setidaknya dua narasumber.

### Opini

Artikel opini di Dioramalang.com disajikan dalam format panjang dengan jumlah kata minimal 800, mempergunakan data sekunder untuk menopang pendapat penulis. Penggunaan kutipan dari media lain tidak diwajibkan, namun jika digunakan, penulis harus memilih media yang kredibel.

### *In-depth*

Artikel berita mendalam di Dioramalang.com disajikan dalam format panjang dengan jumlah kata minimal 2000, menggabungkan sebanyak mungkin data primer dan data sekunder untuk pembahasan yang komprehensif.

### *Photostory*

*Photostory* dalam media Dioramalang.com disajikan dengan memperbanyak foto berjumlah minimal 12 dan diawali dengan narasi singkat maksimal empat paragraf sebelum sajian gambar. Foto yang disajikan harus *high resolution* dengan sumber yang jelas beserta *hyperlink* dan diikuti dengan *caption*.

## **2.5.2 Standart Reportase**

Hampir secara keseluruhan artikel pada portal berita

Dioramalang.com dibuat dengan proses tidak turun lapangan, namun ada beberapa yang dilakukan dengan proses turun lapangan. Adanya hal tersebut tentu saja dikarenakan adanya pandemi Covid-19 ini, karena pada proses pembuatan artikel wabah ini muncul. Maka jika proses pembuatan artikel tetap berjalan dengan proses turun lapangan tentu akan menimbulkan resiko yang cukup besar bagi tim redaksi dan penulis.

Adanya wabah ini tentu saja diluar dugaan, maka dari itu penulis memanfaatkan jurnal online dan sosial media sebagai alternatif untuk melakukan reportase berita. Segala kebutuhan untuk reportase berita diperoleh dari sosial media, mulai dari observasi, perolehan data, dan wawancara.

Sebelum membuat artikel, penulis melakukan observasi yang memanfaatkan portal berita online. Karena biasanya, portal berita online mempunyai beragam gaya dalam penyampaian informasi, sehingga mudah untuk diulas kembali. Selain itu penulis juga melakukan observasi pada Youtube, informasi yang disajikan berupa visual yang mudah dipahami.

Dalam melakukan pengumpulan data penulis menggunakan beberapa teknik. Untuk melakukan reportase, sebagian besar dilakukan dengan cara *online* dan hanya sedikit yang dilakukan secara *offline*. Mulanya penulis membaca informasi dari

medialain jika informasi yang akan disajikan sudah ada pada media *online* lain, namun penulis tidak akan menulis ulang melainkan menulis informasi dengan sudut pandang yang berbeda agar menjadi informasi yang baru. Dalam melakukan wawancara, penulis menggunakan unsur berita berupa 5W+1H dan sebagian besar juga dilakukan secara *online*. Dari data yang didapatkan melalui wawancara, penulis mencari data primer berupa jurnal *online* untuk mendukung informasi dan kutipan dari media *online* lain sehingga menghasilkan berita yang lengkap serta valid. Penulis mendapatkan data sekunder sebagian besar dari wawancara secara *online* dan sedikit melakukan observasi.

### **2.5.3 Standart Penulisan Judul**

Dalam media Dioramalang, standar penulisan judul berita menekankan kreativitas tanpa menggunakan clickbait. Penulis fokus pada penggunaan kata-kata yang menarik untuk memancing minat pembaca membaca keseluruhan informasi. Judul berita tidak terikat pada ketentuan panjang tertentu, namun harus tetap mengikuti aturan ejaan yang benar dan tetap menarik perhatian pembaca.

### **2.5.4 Standart Deadline**

Standar *deadline* yang telah diberlakukan oleh tim redaksi Dioramalang.com wajib ditaati oleh seluruh tim redaksi. Adapula standar yang telah ditetapkan yaitu, wajib menyelesaikan artikel

pada H-1 proses publikasi. Artikel yang sudah terselesaikan diserahkan kepada editor tepat pada pukul 09.00, untuk kemudian dilakukan proses editing. Editor selambat-lambatnya harus menyelesaikan tugasnya pada pukul 12.00 dan diserahkan kepada pimpinan redaksi. Padatnya jadwal unggahan berita membuat tim redaksi harus pandai dalam mengolah waktu, agar nantinya semua proses dapat terlampaui dengan baik. Adapula sanksi dan tindakan tegas pada anggota tim redaksi jika terlambat dalam mengumpulkan artikel, yaitu wajib mengumpulkan dua artikel pada pengumpulan berita selanjutnya.

#### **2.5.5 Proses Editing Naskah**

Dioramalang, sebagai media online, melakukan editing naskah dua kali guna menghindari kesalahan dalam penulisan berita. Editing pertama dilakukan oleh seorang editor untuk memperbaiki kesalahan penulisan, sementara editing kedua dilakukan oleh pemimpin redaksi untuk mengevaluasi konten, pembahasan, dan data berita. Jika berita tidak memenuhi standar untuk dipublikasikan, pemimpin redaksi akan mengembalikannya kepada penulis untuk diperbaiki atau diubah..

#### **2.5.6 Kata Sapaan**

Dioramalang.com menggunakan kata sapaan "Ker" untuk berhubungan dengan pembaca, yang memiliki keterkaitan yang kuat dengan Malang. "Ker" berasal dari "Kera Ngalam," yang

merupakan istilah yang berlawanan dengan "Arek Malang" (Anak Malang). Alasan penggunaan "Ker" oleh Dioramalang adalah untuk menciptakan ikatan yang akrab dengan pembaca dan untuk menjaga suasana informasi tetap santai. Oleh karena itu, Dioramalang memilih kata "Ker," yang berarti "Rek," sebagai kata sapaan dalam penulisan berita.

### **2.5.7 Standart Sosial Media**

Dioramalang.com memiliki dua media sosial, yaitu Instagram dan Twitter. Adanya dua media sosial berbeda yang dimiliki Dioramalang.com ini dijadikan oleh tim redaksi dan penulis untuk media promosi. Hal tersebut bertujuan agar portal beritaDioramalang.com ini dikenal lebih luas oleh seluruh khalayak. Maka dari itu terdapat standar dalam menulis caption. Yaitu postingan terdapat penjelasan singkat disertain dengan kalimat ajakan agar pembaca tertarik untuk melihat berita secara lengkap di portal berita Dioramalang.com. Penulis juga harus mencantumkan sumber foto pada deskripsi. Adanya hal tersebut untuk menghindari adanya pengakuan karya orang lain. Karena seperti yang diketahui sebelumnya, sebagian foto diambil dari sosial media. Hal tersebut dilakukan oleh penulis bukan tak beralasan, namun adanya pandemi Covid-19 membuat penulis harus menggunakan foto yang diunggah di sosial media.

## **2.6 Rubrikasi**

Rubrik ini adalah bagian awal yang akan menampung berita terkait budaya, sejarah, dan tradisi Malang di platform Dioramalang.com. Rubrik tersebut akan terus berkembang untuk menyajikan beragam informasi yang lebih menarik dan beragam.

### **Anyaran**

Rubrik anyaran berisi tentang berita-berita terbaru yang baru saja di unggah pada website Dioramalang.com, sehingga pembaca akan dengan mudah mendapat artikel terbaru.

### **Uklam-uklam**

Rubrik Uklam-uklam berisi tentang berita-berita yang menunjukkan destinasi wisata hingga kuliner yang ada di Kota dan Kabupaten Malang.

### **Crito Ngalam**

Rubrik Crito Ngalam berisi tentang berita-berita yang berkaitan dengan sejarah dan tradisi di Malang mulai dari Kota hingga Kabupaten.

### **Safari Budaya**

Safari Budaya berisi tentang berita-berita yang berkaitan dengan budaya yang ada di Kota dan Kabupaten Malang.

### **Tutur**

Rubrik Tuter berisi kolom opini yang memuat tentang opini tim redaksi yang berkaitan dengan Tradisi, Budaya, dan Sejarah Malang.

### **Potret**

Rubrik Potret berisi kumpulan foto yang disajikan sebagai photo story.

### **Infografis**

Rubrik infografis berisi tentang rangkuman informasi yang disajikan dalam sebuah gambar.

### **Bumi Arema**

Rubrik Bumi Arema berisi tentang berita yang memiliki kaitan erat dengan Malang. Berita yang disajikan dibuat dengan berbagai sudut pandang, sehingga pembahasan pada rubrik Bumi Arema cukup detail.

### **Liputan Khusus**

Rubrik Liputan Khusus berisi tentang artikel yang dibuat berdasarkan hasil penelusuran atau investigasi. Informasi yang disajikan juga sangat detail, karena informasi yang diperoleh berdasarkan dari berbagai data yang kongkrit.

## **2.7 Target Liputan dan Lini Masa**

Dioramalang.com berjalan sebagai media *online* dalam jangka waktu enam bulan untuk menyajikan berita mengenai budaya, tradisi dan

sejarah Malang dengan beberapa perencanaan diantaranya lini masa sebagai berikut.

### 2.7.1 Target Liputan

FEBRUARI 2020						
Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

Tabel 1. *Timeline* Dioramalang Bulan Februari

Keterangan:

■ Pertemuan Redaksi 1 dilakukan untuk merancang dasar serta maksud dari proposal.

■ Pertemuan Redaksi 2 dilakukan untuk menyusun kuesioner baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

■ Pertemuan Redaksi 3 bertujuan untuk merekap hasil dari kuesioner yang telah disebarkan.

■ Pertemuan Redaksi 4 bertujuan untuk menyusun hasil dari data yang diperoleh baik dari segi kualitatif maupun kuantitatif.

MARET 2020						
Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Tabel 2. *Timeline* Dioramalang Bulan Maret

Keterangan:

- Rapat Redaksi 5 (Menyusun laporan/proposal)
- Rapat Redaksi 6 (Revisi hasil riset dan menyusun proposal)
- Rapat Redaksi 7 (Menentukan website yang akan digunakan)
- Rapat Redaksi 8 (Menentukan turun lapangan untuk liputan)
- Rapat Redaksi 9 (Rapat online pembahasan proposal)

APRIL 2020						
Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Tabel 3. *Timeline* Dioramalang Bulan April

Keterangan:

■ Rapat Redaksi 10 (Rapat online persiapan pitching)

■ Rapat Redaksi 11 (Pitching online)

■ Rapat Redaksi 12 (Rapat dan evaluasi setelah pitching)

■ Rapat Redaksi 13 (Rapat online revisi target liputan)

■ Rapat Redaksi 14 (Rapat online penambahan target liputan)

■ Rapat Redaksi 15 (Konsultasi online)

■ Rapat Redaksi 16 (Rapat online filtering target liputan dan pembahasan lead)

■ Rapat Redaksi 17 (Rapat online penambahan rubrikasi)

■ Rapat Redaksi 18 (Konsultasi online)

- Rapat Redaksi 19 (Rapat online evaluasi berita dan penentuan kalimat sapaan)
- Rapat Redaksi 20 (Pengumpulan berita ke-3)
- Rapat Redaksi 21 (Rapat online diskusi penentuan narasumber)

### **2.7.2 Lini Masa**

Penentuan target liputan ini merupakan langkah awal dalam proses penyampaian informasi di platform Dioramalang.com. Selanjutnya, platform ini diharapkan akan berkembang dengan memperluas cakupan liputan sehingga dapat menghasilkan berita yang lebih beragam. Penyusunan target liputan ini bertujuan menyajikan informasi dalam periode tiga bulan ke depan, dengan rincian yang terdapat pada lampiran.

## **2.8 Proses Pembuatan Media Online dan Sosial Media**

Pendirian portal berita online Dioramalang.com bertujuan untuk memperkenalkan dan memelihara warisan budaya, sejarah, dan tradisi, khususnya di wilayah Malang. Keanekaragaman ini masih kurang dikenal oleh banyak orang karena kota Malang lebih dikenal akan daya tarik pariwisatanya. Namun, demi menjaga keberlangsungan budaya, sejarah, dan tradisi tersebut, penulis dan tim redaksi ingin mengenalkannya kembali kepada masyarakat Malang. Oleh karena itu, Dioramalang.com diluncurkan pada 19 Maret 2020 sebagai platform

online yang menyediakan informasi seputar budaya, sejarah, dan tradisi Malang.

Tidak hanya mengandalkan media massa, pemilihan media online seperti Dioramalang.com sebagai wadah informasi memerlukan upaya pengenalan kepada masyarakat agar mereka dapat mengakses dan memahami informasi yang disajikan. Oleh karena itu, penulis dan tim redaksi juga membentuk akun media sosial Instagram dan Twitter dengan nama @dioramalang\_ untuk memperluas jangkauan pengenalan tentang Dioramalang.com serta informasi yang terdapat di dalamnya.

### **2.9 Alur Kerja (Workflow)**

Selama proses manajemen media online alur kerja yang dilakukan adalah riset konten, riset pra produksi, riset kualitatif dan kuantitatif, liputan, dan penulisan. Pada penulisan regular, setiap penulis diharuskan untuk memenuhi target tulisannya, yaitu dalam setiap jurnalis terdapat satu artikel.

Pada penulisan artikel ini juga melalui koordinasi dari redaktur pelaksana terkait dengan topic atau event yang harus diatur dalam waktu tertentu. Setelah melakukan penulisan proses selanjutnya yaitu *editing* yang dilakukan oleh editor, kemudian yaitu pengunggahan pada website dan pengunggahan pada media social. Selain itu, pada alur kerja ini juga diterapkan standar penulisan artikel dan judul, juga standar deadline yang telah dijelaskan sebelumnya. Kegiatan teknis di atas, semuanya di koordinasikan oleh redaktur dengan pengawasan pemimpin redaktur