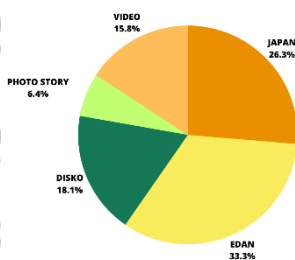


### BAB III

## PRODUKSI KARYA DALAM KANEKABE.COM

### 3.1 Daftar Karya

Laporan ini ditulis pada tanggal 9 Juli 2023, total yang dihasilkan oleh tim redaksi kanekabe.com sejak 24 April 2022 hingga tanggal 9 Juli 2023 adalah sebanyak 171 karya dengan rincian sebagai berikut:



Gambar 11: Diagram Persentase Jumlah Karya Per Bulan Juli

Rubrik	Jumlah Karya
Edan (Edukasi Sajian)	57
Japan (Jejak Kudapan)	45
Disko (Dikasih Info)	31
Photo Story	11
Multimedia video	27

Total berita yang dihasilkan dari Kanekabe.com baik karya tulis, foto story. Infografis, advertising, serta video multimedia berjumlah 171 karya. 40% data artikel berita dihasilkan dari data primer yaitu melalui wawancara dan observasi lapangan dan sisanya 60% dihasilkan dari data sekunder. 171 Karya tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu 80 karya di saat praktikum dan 81 karya di saat pengerjaan tugas akhir.

Sedangkan untuk jumlah karya dari penulis sendiri sampai saat ini berjumlah 68 karya yaitu terdiri dari 27 features, 3 karya berjenis straight news, 5 karya opini, 6 karya photo story, 11 karya infografis, 3 karya indepth, serta 13 karya video multimedia. Artikel tersebut diunggah untuk beberapa rubrik yang sudah ditentukan.

Dalam proses penulisan, pra produksi karya artikel, seluruh penulis di Kanekabe.com melakukan pencarian target liputan untuk memudahkan penentuan ide apa yang akan ditulis. selanjutnya ide target liputan tersebut disampaikan saat rapat redaksi dan dilakukan pemeriksaan oleh pimpinan redaksi. Sebelum melakukan proses penulisan, reportier memiliki kewajiban untuk mencari data sekunder terlebih dahulu, karena dengan adanya data sekunder ini memiliki fungsi untuk memperkuat isi berita. Tidak hanya data sekunder, reporter juga diusahakan untuk lebih banyak mendapat data primer entah melalui wawancara atau observasi langsung di lapangan. Setelah melakukan pengumpulan data primer maupun sekunder, selanjutnya reporter melakukan proses penulisan yang jika naskahnya sudah selesai harus diunggah dahulu ke google drive untuk dilakukan proses *editing* oleh editor naskah. Jika editor naskah memberi revisi, maka penulis juga harus segera melakukan revisi dengan ketentuan waktu yang sudah ditentukan. Selanjutnya jika proses revisi sudah selesai dan pimpinan redaksi sudah melakukan persetujuan untuk layak unggah, maka naskah siap untuk dipublikasikan.



Gambar 12: Alur Pembuatan Karya Tulis Kanekabe.com

### 3.2 Daftar Unggah Media Sosial

Kanekabe.com memilih menggunakan Instagram sebagai tempat mempublikasi berita agar tersebar lebih luas, dan TikTok sebagai tempat publikasi

serta hiburan. Kedua media tersebut juga dijadikan sebagai jembatan antar anggota tim dan pembaca untuk berhubungan:

### 3.2.1 Instagram

Instagram sebagai media social menjadi wadah untuk berkomunikasi serta berinteraksi dengan pembaca maupun calon pembaca. Dalam akun Instagram @kanekabe\_com mengunggah 154 *feeds* Instagram. Semua postingan pada akun Instagram dilengkapi dengan caption yang sesuai dengan isi berita, berisi synopsis singkat mengenai gambaran isi artikel yang bersangkutan dengan sebanyak 3-4 kalimat. Di akhir kalimat *content writer* menambahkan kalimat ajakan untuk membaca lebih lengkap tentang artikel berita tersebut di website kanekabe.com. Selain itu terdapat penambahan hashtag yang berkaitan dengan berita yang disajikan dan hashtag kategorisasi berita. Contohnya pada postingan Instagram mengenai artikel “Mengenalkan Kopi Sukmojati Hasil Petani dalam Program Agropreneurship Learning Community (ALC)”, menggunakan hashtag #kopisukmojati #kopipasuruan #japan. Salah dua konten yang diunggah dalam feeds Instagram @kanekabe\_com yang mendapatkan like terbanyak adalah pada artikel “Pasar Santai Gerakan Rantai Ekonomi yang Tak Ternilai” dengan 35 likes dan “Kulineran di Malang? Berikut Hal yang Perlu Kamu Siapkan” yang mendapatkan 34 *likes*.

### 3.2.2 TikTok

Selain Instagram, TikTok menjadi pilihan tim Kanekabe.com sebagai salah satu media sosial untuk dapat menjalin hubungan dengan temankane (sebutan bagi pembaca kanekabe) dan calon pembaca. Terdapat 36 postingan TikTok yang diunggah di Kanekabe.com. Video yang diunggah berisikan informasi mengenai cuplikan berita serta keseruan dibalik layar dimana disajikan dengan imbuhan humor, behind the scene saat terjun lapang yang biasanya berisikan video proses wawancara maupun keseruan tim dibalik layar. Kanekabe.com juga membuat video hiburan dengan talent dari tim Kanekabe.com sendiri, salah satunya adalah video “POV Manajemen Marketing Lagi Cari Solusi” yang mendapat lebih dari 2000 penonton. Video hiburan tersebut dikemas dengan *sound* yang didapatkan dari TikTok langsung,

serta dengan tema yang berhubungan dengan *jobdesc*. TikTok Kanekabe tidak langsung menyuguhkan berita, tetapi memperkenalkan dahulu kepada khalayak, dimana dalam hal ini menggunakan konsep AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action).

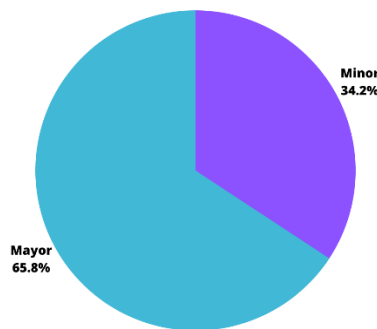
### 3.3 Kerjasama dengan Pihak Eksternal

Selama melakukan pengerjaan tugas akhir karya manajemen media online, Kanekabe.com berhasil melakukan kerjasama dengan beberapa pihak seperti Ayam Geprek Sa'I, Baraka Coffe House, serta Kamera Malang. Beberapa pihak juga mendapat benefit dari Kanekabe.com seperti contohnya Baraka *Coffee House* dibuatkan satu berita features. Editor naskah dalam hal ini juga pastinya andil dalam memeriksa berita yang berkaitan dengan hal tersebut. Meskipun terdapat unsur sponsor tetapi juga harus mengedepankan kaidah jurnalistik seperti bahasa yang digunakan netral serta tidak hiperbola.

### 3.4 Refleksi Peran Editor Saat Produksi

#### a) Me-Review Naskah

Sebelum melalui tahap pengunggahan di website, editor naskah wajib *mereview* berita para reporter. Aktivitas yang dilakukan editor naskah ini adalah membaca dengan kritis naskah yang diserahkan oleh para reporter sebelum ditampilkan atau diunggah di website. Hal ini guna untuk mendapat keseluruhan hasil berita yang maksimal, editor naskah melakukan proses mengedit berita secara mayor maupun minor. Adapun presentase yang dilakukan dalam editing sebagai berikut.



Gambar 13: Jumlah Artikel Pengeditan Mayor dan Minor

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa editor naskah menyunting artikel secara mayor sebesar 65,8% berita. Sedangkan yang dikoreksi secara minor sebesar 34,2% berita. Editing mayor merupakan proses editing yang dilakukan

oleh seorang penulis langsung. Sebanyak 121 karya tersebut dikoreksi oleh seorang editor naskah secara langsung dengan memperhatikan judul, jumlah kata dalam setiap kategori berita, huruf besar-kecil, EYD, hubungan setiap paragraf, tanda baca, kata hubung, *caption* foto, serta penggunaan istilah asing. Sedangkan artikel yang dikoreksi secara minor, adalah artikel penulis sendiri karena artikelnya langsung dikoreksi oleh seorang pimpinan redaksi. Sebenarnya artikel penulis sendiri juga melalui proses *self editing* yang juga memperhatikan poin-poin yang sama saat mengoreksi artikel penulis lain. Namun, pengoreksian artikel langsung oleh pimpinan redaksi dilakukan karena mencegah bias pada artikel sendiri jadi artikel diserahkan langsung ke pimpinan redaksi.

Dalam melakukan tugas sebagai editor naskah penulis juga harus update mengenai kebijakan-kebijakan seperti penggunaan kata tertentu, maupun kata yang diubah. Selain itu penulis juga menekankan dalam judul yang clickable serta bisa terdeteksi dengan SEO. Penulis bersama *content mangement system* melakukan penginstalan sebuah plug in bernama Yoast SEO untuk mempermudah pengeditan artikel yang ramah SEO.

Selama berjalannya produksi, penulis memiliki peran sebagai reporter serta editor naskah. Sebagai seorang editor naskah penulis memiliki sebuah tanggung jawab yaitu untuk memeriksa semua tulisan dari reporter yang diserahkan. Selain itu juga memiliki kewajiban untuk tetap menulis artikelnya sendiri dan tetap memeriksa tulisan keempat reporter lain.

Sebagai editor naskah yang memiliki kewajiban memeriksa seluruh karya artikel penulis lain, penulis sempat keteteran dalam manajemen waktu antara memeriksa artikel yang akan diunggah serta membuat karya artikel penulis sendiri. Hal tersebut berlangsung selama sekitar dua minggu. Dari kebingungan tersebut, selanjutnya pada minggu-minggu selanjutnya penulis menggunakan waktu hari deadline yaitu hari Senin, Rabu, dan Jumat untuk memeriksa tulisan reporter lain. Hal ini dikarenakan semua penulis mengumpulkan tulisannya biasanya pada malam sebelum hari *deadline*.

- b) Memberi Masukan kepada Penulis/Reporter

Setelah mendapatkan poin-poin yang perlu dibenahi atau terdapat masalah adalah artikel berita online, selaku editor naskah memberikan catatan untuk menjadi masukan kepada para penulis. Jika bukan hal yang substansial seperti penggunaan huruf miring dan *typo*/salah ketik, editor naskah langsung menyunting naskah tersebut. Akan tetapi jika harus mengubah substansi di dalamnya, editor naskah memberikan saran dan masukan dengan cara memberi *highlight* pada kalimat atau paragraph yang perlu dibenahi. Setelah itu editor naskah menghubungi penulis lewat Whatsapp yang bersangkutan untuk memeriksa komentar dan melakukan revisi. Editor naskah juga mengingatkan pada saat rapat evaluasi mingguan yang dilakukan setiap hari Kamis dengan memberikan saran serta masukan secara langsung.

c) Membantu Penulis/Reporter Menyampaikan Apa yang Dimaksud

Beriringan dengan pelaksanaan proses produksi, tak jarang permasalahan juga berlangsung yaitu para penulis berita Kanekabe.com memiliki kesulitan dalam menyampaikan maksud pesan kepada pembaca. Beberapa kali menemukan bahasa yang susah dimengerti oleh pembaca apalagi oleh orang awam dalam beberapa berita. Hal tersebut keterkaitan dengan tata bahasa, penggunaan diksi, tanda baca, salah ketik, serta ejaan. Jika menemui hal seperti ini, Tindakan editor yaitu memberikan catatan untuk memahami kembali maksud serta topik yang diangkat, serta menyederhanakan bahasa yang digunakan sehingga maksud yang dituju dapat dipahami oleh pembaca.

d) Meminta evaluasi dari pimpinan redaksi

Sebagai seorang yang melakukan kinerja sebagai editor naskah, penulis juga mendapat evaluasi oleh pimpinan redaksi. Biasanya penyampaian tersebut dilakukan oleh pimpinan redaksi disaat rapat mingguan bersama seluruh anggota. Komunikasi antar editor naskah dan pimpinan redaksi harus terus dijaga untuk pimpinan redaksi juga bisa mengetahui kualitas karya Kanekabe.com melalui laporan editor naskah. Dengan adanya hal ini maka *quality control* karya Kanekabe.com bisa berjalan dengan baik.

### 3.5 Refleksi Diri sebagai Reporter

Selain berperan sebagai editor naskah, penulis juga memiliki peran lain yaitu sebagai seorang reporter. Selama proses produksi, selain harus meluangkan waktu untuk mengoreksi naskah penulis lain, juga penulis harus dapat mengatur waktu untuk dapat membuat tulisannya sendiri. Untuk manajemen waktu, penulis melakukan pembuatan jadwal sendiri seperti kapan harus melakukan proses penulisan, kapan harus melakukan penyuntingan naskah penulis lain, serta yang terpenting adalah menjadwalkan terjun lapang untuk memperoleh berita yang diperlukan terjun langsung ke lapangan.

Saat membuat target liputan masing-masing, penulis sendiri juga merasa kesulitan untuk mendapatkan banyak ide mengenai tema utama untuk artikel yang akan dibuat. Menghadapi kesulitan ini, penulis melakukan riset dengan memperhatikan media yang berhubungan dengan food journalism. Selain itu juga melakukan mediasi kepada rekan-rekan yang memiliki hubungan dengan tema food journalism. Seperti contohnya dalam artikel “Mengenalkan Kopi Sukmojati Hasil Petani dalam Program *Agropreneurship Learning Community (ALC)*”, penulis mendapatkan informasi dari rekan jurnalis lain. Setelah itu penulis berinisiatif untuk mengikuti serangkaian acara yang dilaksanakan oleh lembaga yang bersangkutan tersebut, saat ditempat tujuan liputan tersebut selanjutnya melakukan proses reportase seperti memilih narasumber dan melakukan *sharing* seputar kopi sukmojati dan melakukan pengambilan gambar yang berhubungan. Selain itu untuk liputan berita secara langsung biasanya penulis ingin mendapatkan sumber langsung dari pihak yang dituju, contohnya memiliki sebuah kedai atau orang yang memiliki keterkaitan. Untuk bisa mendapatkan data langsung dari pemilik kedai kadang kala tidak bisa ditemui langsung di kedai yang dituju, maka dari itu penulis membuat janji dengan menghubungi lewat pesan WhatsApp maupun *direct message* Instagram. Disinilah penulis dan pihak yang dituju harus membuat janji dan menjadwalkan untuk bertemu secara online maupun bertatap muka. Namun, beberapa kasus terdapat narasumber yang memiliki banyak kesibukan sehingga beberapa kali juga beberapa kali harus mengatur ulang jadwal

Akan tetapi tidak semua artikel yang dihasilkan penulis dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan, terdapat artikel yang bersumber dari karya ilmiah saja atau data sekunder seperti jurnal-jurnal. Penulis lebih sering mencari jurnal di google scholar serta repository kampus dalam negeri maupun luar negeri untuk tipe berita edukasi.

Jika sudah mendapatkan banyak referensi maka penulis merasa proses penulisan akan lebih ringan

Salah satu cara mengatur jadwal dalam menulis berita yaitu, setelah mendapatkan daftar target liputan, maka penulis melakukan proses penulisan dua hari sekali dan sehari dua kali. Hal tersebut dikarenakan terkadang terdapat jadwal lain yang saat itu memiliki tingkat urgensi lebih tinggi. Akan tetapi penulis akan selalu tetap mengusahakan karya artikelnnya untuk sellau dapat diserahkan sebelum atau saat *deadline* yaitu hari Senin, Rabu, Jumat.

Dikarena setiap minggunya tidak lepas dengan memikirkan berita yang akan dibuat selanjutnya serta harus merampungka artikel yang sedang dibuat pun rasa jenuh yang dilakukan penulis datang. Terkadang juga saat menulis satu artikel terasa berat karena beberapa referensi yang diinginkan dan berhubungan sulit ditemukan. Menghadapi hal ini penulis membuat sebuah *mindset* untuk segera melengkapi atau merampungkan artikel yang menjadi target minggu ini, sehingga hari hari setelahnya dapat lebih bersantai dan hanya memeriksa tulisan anggota lain saja.

### **3.6 Strategi Jurnalistik Saat di Lapangan**

Dalam proses pembuatan karya berita, hal yang dilakukan sebelum melakukan penulisan yaitu dengan mencari data. Prose pencarian data tidak hanya dilakukan dengan mencari data sekunder, tetapi selalu berusaha untuk mendaptkan data primer dengan cra turun lapang atau observasi. Upaya untuk menghasilkan berita yang faktual dan terbaik dilakukan penulis dengan mencaru data di lapangan, seperti kegiatan wawancara dengan narasumber dengan mengulik persepsi para pelaku kuliner seperti contohnya pemiliki usaha, pelanggan, ahli gizi, dan lain lain.

Narasumber menjadi objek yang tidak kalah penting dalam proses liputan. Maka dari itu, maka dari itu jurnalis berupaya untuk sellau mendapatkan narasumber meskipun beberapa narasumber enggan untuk ditemui atau enggan memberi informasi. Jika hal ini terjadi, startegi lain yaitu dengan mencari presepsi dari sudut pandang lain. Selain itu dengan kemajuan teknologi saat ini, proses wawancara juga dapat dilakukan dengan aplikasi zoom maupun google meet.

Peran seorang jurnalis dalam proses jurnalis di media online Kanekabe.com untuk meyakinkan narasumber guna mendapatkan data yang faktual. Proses ini



menggunkan konsep komunikasi interpersonal dengan menjalankan strategi untuk melobi narasumber. Contohnya pada saat peliputan di Kepanjen mengenai salad Thailand, narasumber enggan untuk melakukan proses wawancara secara langsung sehingga dialihkan untuk mendapatkan data dengan wawancara secara online via aplikasi Whatsapp Mesenger.

Selain melakukan komunikais interpersonal, penulis juga melakukan konsep komunikasi kelompok dalam hal pengumpulan berita di kelompok masyarakat. Salah satu contohnya dengan bergabung dalam grub petani dan UMKM di Desa Dayurejo dan membantu proses dokumentasi saat *event* yang digelar berlangsung. Hal ini sebagai bentuk kedekatan kepada masyarakat agar dapat diterima dengan baik.

