

NASKAH PUBLIKASI

**ANALISIS MANAJEMEN REDAKSIONAL JURNALISME
PARIWISATA PADA DETIK TRAVEL DAN KOMPAS TRAVEL**



NASKAH PUBLIKASI

Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh

Egi Andrea Pratama

NIM : 14321106

Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A

NIDN : 0523098701

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2020

NASKAH PUBLIKASI
MANAJEMEN REDAKSIONAL JURNALISME PARIWISATA
PADA DETIK TRAVEL DAN KOMPAS TRAVEL

Disusun oleh

EGI ANDREA
14321106

25 NOV 2019

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada:

Dosen Pembimbing Skripsi,

Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A

NIDN : 0523098701

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Puji Harivanti, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN 0529098201

MANAJEMEN REDAKSIONAL JURNALISME PARIWISATA PADA DETIK TRAVEL DAN KOMPAS TRAVEL

Egi Andrea Pratama

*Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII,
menyelesaikan studi pada tahun 2020*

*Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A
Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII*

Abstract:

Tourism Journalism Products As with other journalistic products that exert influence on the public starting from the economy and culture so does Tourism Journalism. This study aims to determine the Editorial Management of Tourism Journalism in Travel Seconds and Travel Compass including the application, differences, and factors supporting and inhibiting Tourism Journalism in both media.

Using descriptive qualitative research methods with constructivism paradigm Researchers analyze and write according to what is seen through observation, interviews, and documents obtained. This study uses a qualitative descriptive approach, the data collected in the form of words and images.

The results of this study indicate Detik Travel and Kompas Travel carry out editorial management activities in the form and stages of planning, implementation, supervision to evaluation. The planning process is carried out mobile or through the Whatsapp Group, both of these media do not conduct daily editorial meetings. The organizing stage is the responsibility of the Editor or Editor, while the recruitment process is the responsibility of the Central Editor's HRD. The Supervision Process is also done Mobile, because journalists' mobility is quite high, often even out of town. If an editorial error occurs, the Journalist will receive a verbal reprimand from the Editor to correct, while the Code Violation will be processed by the Central Editor.

Based on the results of the SWOT analysis, Kompas Travel and Detik Travel has the advantage of being a large part of the Kompas and Detik editors who have large resources and facilities provided to journalists. But it has a weakness in the number of human resources (journalists), this should be optimized well with the recruitment process of journalists. Jam that the editorial meeting without face to face is also a weakness. The use of social media is also an important note for these two online media, especially in the current era of social media. Being part of Kompas and Detik also made it difficult for the Travel Editor to develop and innovate because all changes must be based on the decision of the Central Editor..

Keywords: *editorial management, tourism journalism, kompas travel, detik travel*

PENDAHULUAN

Media Online saat ini menjadi media yang paling banyak di akses oleh masyarakat, berbagai kemudahan akses dan kecepatan informasi yang disediakan oleh media online menjadikan media online saat ini menjadi pilihan utama masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi.

Media online juga kerap disebut sebagai media Digital terbagi menjadi dua. Pertama media online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang di akses melalui internet dalam bentuk teks, foto, video dan suara. Dalam pengertian ini media online dimaknai sebagai website, media social, email, mailing list maka dapat disebut sebagai media online. Kedua media social secara khusus, yaitu pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media komunikasi massa disebut media, yang berkaitan dengan bidang keilmuan dan mempunyai karakteristik seperti publisitas dan perioderitas

Kelahiran Jurnalisme Pariwisata ini didorong oleh berbagai alasan. Salah satunya berkembangnya Industri pariwisata diberbagai belahan dunia termasuk Indonesia. Menurut data dari WHO pertumbuhan di sektor pariwisata meningkat hingga 7-12% setiap tahunnya bahkan diatas pertumbuhan ekonomi (Elfriede Firsich : 2001). Selain itu menurut data dari UNWTO World Tourism Barometer bulan Januari 2016 menunjukkan bahwa pertumbuhan pariwisata di Indonesia 7,2% pada tahun 2015 (DetikTravel :2016). Bahkan pada tahun 2014 sektor pariwisata di Indonesia menyumbang devisa sebesar US\$ 10,69 miliar atau setara dengan Rp 136 triliun (Kemenpar : 2016)

Atas dasar perkembangan dunia traveling dan pariwisata ini, maka munculah istilah Travel Jurnalisme. Secara sederhana, travel diterjemahkan sebagai perjalanan sehinggatravel jurnalisme diartikan sebagai Travel Jurnalisme. Travel Jurnalisme adalah salah satu jenis jurnalisme yang memfokuskan pada liputan tentang perjalanan dalam arti yang luas meliputi alam, kuliner, budaya, sosial serta religi (Satrio Arismundar : 2010).

Belajar dari sejarah peran besar Jurnalisme Pariwisata tersebut, Indonesia sebagai negara dengan banyak sumber potensi wisata juga tidak lepas dari peran Jurnalisme Pariwisata dalam pengembangan wisatanya. Menurut Sekretaris Kementerian Pariwisata (Sesmenpar), Ukus Kuswara pada kegiatan Sosialisasi Kebijakan Kemenpar di Bali mengatakan bahwa saat ini Industri Pariwisata telah berkembang cukup pesat dan menyediakan 1 dari 11 total lapangan pekerjaan di Indonesia. Tahun 2019 pariwisata Indonesia ditargetkan memberikan konstibusi sebesar 8% devisa setara Rp 280 triliun serta

menciptakan 13 juta lapangan pekerjaan serta indeks daya saing diranking 30 dunia. Usaha untuk mencapai target tersebut dilakukan dengan berbagai usaha diantaranya pengembangan sumber daya serta fasilitas serta promosi wisata (Detik Travel : 2017)

Untuk mengembangkan potensi pariwisata serta memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi Travelling, Berbagai media di Indonesia ikut menghadirkan kanal berita Travel. Serta beberapa majalah travel atau perjalanan saat ini sudah tidak terdengar asing lagi di masyarakat. Detik dan Kompas adalah dua diantara media online nasional yang berperan dalam perkembangan Jurnalisme Pariwisata di Indonesia. Detik dan Kompas mulai tertarik mengembangkan kanal Travel setelah melihat perkembangan dunia Traveling di Indonesia dan di Internasional, dengan mengantongi status sebagai media nasional tentu bukan hal yang sulit bagi kedua media ini untuk mengembangkan kanal baru. Peluang pembaca di kanal Travel pun tidak bisa dianggap sebelah mata terbukti dari keberadaan Kanal Travel pada Detik dan Kompas, bahkan pada situs KompasTravel perpublicasi berita bisa dibaca oleh 30.000an orang.

Detik Travel merupakan kanal di Detik.com yang dibuat sekitar tahun 2010 karena saat itu minat netizen mengenai informasi pariwisata cukup tinggi tetapi masih sedikit informasi yang di dapatkan. Detikpun memberanikan diri untuk membuka kanal Travel yang berisi informasi wisata yang ada di Indonesia. Sesuai dengan tagline Detik Travel yaitu “Inspirasi liburan dan jalan-jalan. Informasi wisata, profil destinasi Indonesia dan luar negeri, itinerary, cerita perjalanan, foto traveling, dan tips”, Detik mencoba memenuhi kebutuhan segala bidang pariwisata.

Sub kategori yang ada pada Detik Travel yaitu Travel News, yang berisi informasi mengenai berita seputar pariwisata secara umum, event atau kegiatan, tempat wisata, ataupun aktifitas wisata. Destinations adalah berita yang berfokus pada informasi yang berisi mengenai suatu tempat wisata. Itinerary adalah liputan perjalanan khusus di suatu daerah, lengkap dengan liputan perjalanan serta rekomendasi alur yang dapat dijadikan referensi oleh pembaca jika ingin berlibur. D'Traveler yang merupakan tulisan atau cerita tempat wisata ataupun pengalaman berlibur yang dikemas dalam bentuk berita oleh kontributor atau pengguna.

Sedangkan Kompas Travel hadir pada 2012 sebagai kanal di Kompas.com, dengan tagline “Dapatkan Berita terbaru dunia travel terkait kuliner, akomodasi, tips, dan galeri perjalanan” KompasTravel lebih banyak mempublish mengenai tips seputar Pariwisata. Berbeda dengan DetikTravel yang lebih mengutamakan informasi tempat wisata. KompasTravel. Kategori yang ada pada Kompas Travel, yaitu News berupa berita yang

berisi informasi seputar pariwisata, event atau informasi umum yang berkaitan dengan tempat wisata. Travel Story merupakan liputan mengenai objek wisata secara khusus, berita dalam bentuk laporan kegiatan dan cerita perjalanan. Food Story, sudah jelas tentang informasi atau berita yang berkaitan dengan kuliner di suatu daerah.

Detik dan Kompas sebagai media nasional yang bisa dikatakan media terbesar di Indonesia cukup memiliki pengaruh dalam penyebaran informasi di masyarakat dituntut untuk berpegang teguh pada elemen elemen dasar jurnalistik, termasuk dalam kanal Travel. Manajemen yang baik akan meningkatkan potensi yang dimiliki. Peter F. Drucker menjelaskan bahwa manajemen merupakan penyandang fungsi sosial termasuk dalam media online. Media menjalankan fungsi sosial yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Fungsi sosial ini berarti memberikan informasi yang baik, akurat dan relevan kepada masyarakat.

Dengan demikian penelitian ini dimaksudkan oleh peneliti untuk mengetahui dan mendeskripsikan manajemen redaksional yang dilakukan oleh DetikTravel dan KompasTravel sebagai media yang memberikan informasi kepada masyarakat dan mengetahui berbagai factor yang memberikan pengaruh didalam proses manajemen sehingga media online Detik Travel dan Kompas Travel bisa memberikan kontribusi dalam perkembangan Travel Jurnalisme di Indonesia agar dapat menghasilkan publikasi yang sesuai dengan kaidah jurnalisme selain itu juga memberikan atau menyajikan informasi yang sesuai di masyarakat.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana penerapan manajemen redaksional Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel dan Kompas Travel?
2. Bagaimana perbedaan manajemen redaksional Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel dan Kompas Travel?
3. Apakah faktor pendukung dan penghambat Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel dan Kompas Travel?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Skripsi Karya Lodya Astagina Mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan Judul “Pemetaan Kebutuhan Wartawan Media Lokal dalam Pemberitaan Pariwisata (Studi Deskriptif

Terhadap Wartawan Lokal di Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur)” pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan publikasi media lokal dalam pemberitaan wisata yang ada di Kutai Kartanegara. Dalam Penelitian ini, para penulis menggunakan penelitian kualitatif Narasumber dalam penelitian ini adalah jurnal Tribu Kaltim dan wartawan Kutaikartanegara.com. Hasil penelitian menyimpulkan kedua media memiliki beberapa kebutuhan yang berbeda dalam mengumpulkan informasi seputar pariwisata. Adanya perbaruan berbeda karena media kedua memiliki tujuan atau jenis informasi yang berbeda dalam menu dan mempublikasikan berita. Tribun Kaltim lebih fokus pada obyek wisata dan kul Tombol sedangkan Kutaikartanegara.com lebih fokus pada wisata yang berkaitan acara dan acara khusus saja.

2. Skripsi Karya Farid Rusdi dengan Judul “Analisis Media Online Dalam Pemberitaan Pariwisata: Studi Kebijakan Redaksi Detik Travel Dan Tribunnews Travel” tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media massa online khususnya media yang fokus pada pemberitaan pariwisata (travel) dalam menyiapkan kebijakan redaksinya. Dalam penelitian ini digunakan pola pencarian informasi oleh wisatawan, kebijakan redaksi, dan optimalisasi web traffic. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan wawancara bersama redaktur pelaksana dari kedua media. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa redaksi kedua media online mempertimbangkan apa yang menjadi kebutuhan dari pengguna dalam menyajikan kontennya. Untuk mengetahui kebutuhan pengguna, redaksi melakukan riset Google Trend, dan media sosial. Selain itu kedua redaksi media online melibatkan mereka para wisatawan berkontribusi pada konten dan menjadi komunitas dari traveler pada media tersebut, sehingga redaksi mendapatkan informasiinformasi terkini dan benar-benar diperlukan oleh peminat informasi pariwisata.
3. Makalah dengan Judul “Jurnalisme Perjalanan Dan Tanggung Jawab Terhadap Publik” karya Zulfadila Hira, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. 2015. Pembahasan makalah ini memiliki tujuan untuk mengetahui perkembangan pesat industri pariwisata yang menyebabkan berkembang pula kegiatan dan produk jurnalisme perjalanan, dan masih sedikit akademisi dan praktisi yang melakukan studi mengenai jurnalisme perjalanan. Salah satunya, Folker Hanusch (2010) yang melalui artikel akademiknya memaparkan signifikansi serta memformulasikan empat dimensi dari jurnalisme perjalanan, yakni mediasi kultural, standar etika, orientasi pasar, dan aspek motivasi. Penulis melakukan review terhadap artikel tersebut dengan melakukan komparasi dengan tesis Candeeda R. Hill-James (2006), di mana ia menekankan

tanggung jawab jurnalis perjalanan untuk mengangkat hakikat wisata di ruang publik, agar dapat memperoleh kerangka kerja jurnalisme perjalanan yang lebih komprehensif. Meskipun pada konsep dasar jurnalisme perjalanan keduanya memiliki pandangan yang sama, tetapi pada analisis turunannya terdapat beberapa perbedaan yang menunjukkan kompleksitas jurnalisme perjalanan.

4. Skripsi dengan judul “Strategi Radio El John Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kota Palembang” karya Luthfiyyah Ayu Lestari, Mahasiswa Jurnalistik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan analisis data model interaktif. Berfokus pada strategi Radio El John untuk mempromosikan pariwisata Palembang, dengan berbagai jenis media, seperti website, media social, live streaming serta Jingga Radio. Radio ini memiliki segmen pendengar usia 25-50 tahun. Terdapat factor pendukung yaitu Sumber Daya Manusia serta fasilitas perusahaan, serta factor penghambat inovasi program dan pengetahuan masyarakat yang masih kurang mengenai mengenal pariwisata.
5. Jurnal *Journalism Practice* karya Lyn McGaurr dengan Judul “The devil may care: Travel journalism, cosmopolitan concern, politics and the brand”, , Vol. 6. Tahun 2012. Jurnal ini menjelaskan bahwa perkembangan hubungan masyarakat memberikan dampak terhadap berkembangnya ilmu Jurnalisme dalam beberapa tahun terakhir. Namun masih sedikit perhatian telah diberikan sebagai dukungan terhadap berkembangnya ilmu Jurnalisme di masyarakat bahkan di internasional masih menganggap bahwa Jurnalisme hanya sebatas Jurnalisme ‘keras’. Dalam upaya untuk lebih memahami apa yang sebenarnya bisa dilakukan oleh Travel Jurnalisme atau Jurnalisme Pariwisata. Jurnal ini mencatat bahwa pemerintah adalah yang paling membutuhkan peran Jurnalisme Pariwisata karena pada dasarnya objek yang di tuju oleh Travel Jurnalisme adalah objek milik pemerintah, hampir sama jika di kaitkan dengan jurnalisme politik namun ada perbedaan nuansa dan kepentingan. Travel Jurnalisme menjadi solusi disaat Public Relation kewalahan untuk mempromosikan suatu objek wisata. Karena praktisi Public Relation juga berusaha secara bersamaan untuk mempromosikan tujuan dan di sisi lain melindungi dari kritikan media. Pada saat seperti itu, Travel Jurnalisme dianggap dapat menciptakan trend sendiri yang dapat mempengaruhi berbagai bidang termasuk ekonomi dan pembangunan. Makalah ini menyimpulkan bahwa kekuatan Jurnalisme Pariwisata tidak hanya berasal dari kemampuan pengarangnya untuk berkomunikasi melalui teks mereka, tetapi juga dari kecenderungan mereka untuk membuat trend di masyarakat.

KERANGKA TEORITIK

1. Manajemen Redaksional

Manajemen redaksional adalah proses pengelolaan materi pemberitaan melalui tahap-tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan, yang mencakup proses peliputan, penulisan, sampai pada penyuntingan (editing). Berikut fungsi penerapan fungsi manajemen redaksional dalam mengelola penerbitan pers

a) Perencanaan

Perencanaan yang baik memerlukan proses tahapan tertentu, sebab tanpa melalui tahapan tersebut akan kurang sempurna perencanaan yang dibuat. Nitinegoro menjelaskan tahapan atau langkah-langkah yang harus ditempuh dalam membuat perencanaan yakni (Nitrinegoro, 1996: 53)

- 1) Penetapan tujuan
- 2) Pengumpulan data-data serta penetapan dugaan
- 3) Menentukan alternatif cara bertindak
- 4) Mengadakan penilaian alternatif
- 5) Memilih alternative

b) Pengorganisasian

Menurut Juanedi (2014 : 42) Pengorganisasian dalam manajemen media menempati posisi yang penting dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian dalam kegiatan manajemen bisa diartikan sebagai kegiatan-kegiatan penyusunan struktur organisasi dan sumber daya yang ada di organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Hal yang diperhatikan adalah dalam media ada berbagai pekerjaan yang perlu diatur dalam struktur pembagian pekerjaan. Pembagian kerja ini bisa dilakukan dengan berdasarkan pada divisi atau departemen yang dikelompokkan pada jenis atau bentuk pekerjaannya.

Tahap pengorganisasian dalam manajemen redaksional adalah penyusunan stuktur organisasi dan pembagian tugas pekerjaan serta penempatan orang berikut jabatannya dalam structural organisasi.

c) Pelaksanaan

Pengarahan adalah proses yang terjadi dalam proses produksi. Pengarahan digunakan dalam fungsi manajemen agar seluruh pekerja atau dalam hal ini wartawan dapat fokus dengan segala hal yang telah direncanakan. Agar pengarahan berjalan dengan efektif, kepemimpinan dibutuhkan di dalam setiap pengarahan dan yang berwenang di dalam pengarahan adalah seorang pimred dan redaktur.

Tahap penggerakan dalam manajemen redaksional adalah aktivitas yang menggerakkan orang-orang beserta fasilitas penunjangnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan yaitu menghasilkan produk jurnalistik yang baik dan edukatif.

d) Pengawasan

Pengawasan merupakan kegiatan akhir dari manajemen untuk mengetahui tingkat kesuksesan dalam menjalankan fungsi manajemen. Pengawasan adalah kegiatan pemimpin dalam mengupayakan agar pekerjaan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan dan tujuan yang telah ditentukan (Jazuli, 2001: 41)

Menurut Junaedi (2014: 46) dapat diketahui bahwa pengawasan atau evaluasi dilakukan bukan hanya di akhir proses manajemen, namun pada hakikatnya pengawasan melekat dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan. Untuk itulah, sejak dari fungsi perencanaan, organisasi harus sudah memiliki visi, misi dan tujuan yang mencapai acuan dalam pengawasan.

METODEOLOGI

Dalam penelitian ini, penulis menganut paradigma konstruktivisme yaitu penelitian yang menjelaskan realitas dengan apa adanya tanpa ada yang diubah. Peneliti akan menganalisis dan menuliskan sesuai dengan apa yang di lihat melalui observasi, wawancara dan dokumen-dokumen yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, dan bukan berbentuk angka. Kata-kata tersebut disusun dalam bentuk kalimat, yang mana berupa hasil dari sebuah wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan.

Objek penelitiannya adalah Redaksi Kompas Travel dan Detik Travel. Detik Travel adalah media online dibawah naungan Detik.com yang merupakan anak perusahaan PT Trans Corporation. Detik Travel pada lahir pada tahun 2011 setelah melihat perkembangan kebutuhan informasi masyarakat akan informasi yang berkaitan dengan pariwisata. Detik Travel memiliki misi menularkan virus traveling ke semua orang, Detik ingin mengajak pembaca untuk mengeksplor tempat di Indonesia dan dunia. Traveling sudah menjadi gaya hidup, dulu kan sandang pangan papan, sekarang tambah jalan jalan. Kompas Travel merupakan media online dibawah naungan Kompas.com yang merupakan anak perusahaan Kompas Group. Kompas Travel saat ini merupakan media yang berfokus pada pemberitaan pariwisata dengan jumlah kunjungan setiap bulannya rata-rata mencapai 5 juta *hits*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Manajemen Redaksional pada Detik Travel

a) Tahap Perencanaan

Penentuan topik merupakan bagian dari perencanaan di Detik Travel. Penentuan topik melibatkan seluruh anggota redaksi Detik Travel. Topik yang diangkat berkaitan dengan pariwisata meliputi, destinasi wisata, kegiatan wisata, informasi yang berkaitan dengan pariwisata. Budaya dan keunikan adalah hal yang disorot oleh Detik Travel dalam pemilihan topic berita. Selain itu *trend* yang berkembang dimasyarakat juga menjadi pertimbangan dalam penentuan topic berita. Berbeda dengan berita news yang mengadopsi *bad news is good news*, produk Jurnalisme pariwisata *good news is good news*.

b) Tahap Pengorganisasian

Pengorganisasian dalam manajemen media menempati posisi yang penting dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian dalam kegiatan manajemen bisa diartikan sebagai kegiatan-kegiatan penyusunan struktur organisasi dan sumber daya yang ada di organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Hal yang diperhatikan adalah dalam media ada berbagai pekerjaan yang perlu diatur dalam struktur pembagian pekerjaan. Pembagian kerja ini bisa dilakukan dengan berdasarkan pada divisi atau departemen yang dikelompokkan pada jenis atau bentuk pekerjaannya.

c) Tahap Pelaksanaan

Fungsi ketiga dari manajemen redaksional adalah bagaimana Redaktur Pelaksana memberikan pengarahan dan memastikan wartawan melakukan kewajiban sesuai yang telah di rencanakan. Pelaksanaan ini diorientasikan untuk mencapai tujuan redaksi. Wartawan yang melakukan liputan terkait Jurnalisme Pariwisata diarahkan berbeda dengan wartawan news atau politik. Karena termasuk *softnews*, wartawan harus memastikan liputan dilakukan harus memenuhi unsur 5W + 1H. Jika dalam berita news politik, wartawan dituntut untuk menyajikan informasi secepat mungkin, maka dalam Jurnalisme Pariwisata, wartawan harus memberikan informasi yang akurat dan lengkap. Memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat harus detail.

d) Tahap Pengawasan

Pengawasan dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui kekurangan yang ada di redaksi serta menghindari potensi yang akan terjadi dikemudian hari. Pengawasan terhadap kerja tim dan redaksi dilakukan oleh Redaktur Pelaksana Detik Travel. Pengawasan dilakukan dalam rapat redaksi, baik langsung maupun tidak langsung. Proses pengawasan meliputi hamper semua kegiatan manajemen redaksional yang ada di Detik Travel. Pengawasan yang dilakukan oleh Redaktur Pelaksana, meliputi semua aspek manajemen redaksional mulai dari perencanaan, pengorganisasian, hingga pengarahan. Pengawasan ini memiliki fungsi untuk mengetahui kekurangan yang ada di setiap tahapan manajemen redaksi yang ada di Detik Travel.

2. Penerapan Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel

a) Representasi Budaya Asing

Dalam unsur Jurnalisma Pariwisata terdapat representasi budaya asing yang meliputi Masyarakat, adat dan budaya local. Unsur ini adalah karakter utama dalam Jurnalisme Pariwisata dan Indonesia adalah surge dari keberagaman budaya dan adat. Berbagai macam aspek berkaitan dengan budaya, adat dan kehidupan masyarakat lokal sangat beragam ada di Indonesia. Representasi budaya asing dapat diterjemahkan sebagai informasi yang menggambarkan kebiasaan masyarakat dan budaya yang berbeda pada umumnya. Artinya, setiap budaya merupakan representasi budaya asing bagi kelompok masyarakat lain.

b) Standart Etika

Industri wisata dari pengelola ataupun pemerintah biasanya meminta liputan yang bersifat publikasi terhadap destinasi wisata. Hal ini menjadi polemik dalam bidang ilmu Jurnalisme Pariwisata termasuk dalam Detik Travel. Detik Travel aktif menjalin komunikasi dan relasi dengan berbagai pihak swasta maupun pemerintah, hal ini memiliki tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat akibatnya praktik liputan undangan dijalankan oleh Detik Travel. Redaksi Detik Travel sering menerima undangan untuk melakukan liputan baik dari Instansi Pemerintah ataupun Swasta yang berkaitan dengan Pariwisata.

c) Orientasi Pasar

Sejak awal berdiri, Detik Travel selalu berkembang sebagai salah satu pelopor media Jurnalisme Pariwisata. Perkembangan ini berdasarkan dengan evaluasi dari waktu ke waktu. Permintaan pasar dalam hal ini pembaca juga menjadi pertimbangan utama. Trend yang terjadi dimasyarakat harus segera disesuaikan agar Detik Travel tidak kehilangan pembaca. Detik Travel dalam proses pengembangannya menggunakan sistem *learning by doing* seperti yang disampaikan oleh Redaktur Pelaksana Detik Travel. Artinya Detik Travel terus melakukan riset kepada para pembaca, kemudian melakukan evaluasi berdasarkan keinginan pasar dalam hal ini pembaca. Karena tujuan Detik Travel adalah menyajikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat, maka Detik merasa perlu untuk mengetahui dan mengikuti keinginan pembaca.

d) Aspek Motivasi.

Detik Travel memiliki misi untuk menjadikan travelling sebagai budaya kehidupan masyarakat. Untuk menjalankan misi itu Detik Travel melakukan upaya untuk memberikan informasi yang akurat, relevan serta jelas agar membantu para traveller memilah informasi dengan jelas. Detik Travel memiliki kanal Travel Ideas, kanal ini memberikan informasi dalam bentuk narasi yang lengkap. Hal ini dilakukan agar pembaca mendapatkan informasi yang jelas. Selain itu tambahan kanal seperti Foto dan Video juga menjadi pelengkap informasi bagi pembaca.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Detik Travel

a) Faktor Pendukung

Menjadi bagian dari Trans Media, perusahaan yang bergerak dalam industri media memberikan keuntungan bagi Detik Travel. Dengan kekuatan finansial dan jaringan yang baik, Detik Travel tidak menghadapi masalah finansial ataupun promosi yang besar, mengingat hal ini dikelola oleh Divisi tersendiri dari Detik.com. Kekutan jaringan dan finansial ini juga berdampak pada kualitas sumber daya yang baik.

Fleksibilitas waktu yang diterapkan oleh Detik Travel memiliki dampak positif menurut Redaktur Pelaksana

b) Faktor Penghambat

Setiap proses manajemen redaksi tentu memiliki hambatan Dalam menjalankan kegiatan manajemen redaksi. Selain memberikan keuntungan menjadi bagian dari Trans Media, hal ini juga dapat menjadi factor penghambat. Detik Travel tidak bisa melakukan perubahan dan inovasi tanpa persetujuan dari dewan redaksi detik.com. Inovasi dalam bisnis media saat ini sangat diperlukan, media baru independen saat ini dapat dengan mudah berkembang karena terus melakukan inovasi untuk menyesuaikan kondisi dan *trend* dimasyarakat.

4. Analisis SWOT Manajemen Redaksional pada Detik Travel

***Strength* (Keunggulan)**

No	Keunggulan	Mendukung pada Tahap Manajemen	Efek pada Hasil Kerja Redaksi Detik Travel
1	Bagian dari Trans Media Corpora	Tahap perencanaan	Detik Travel dapat mendapatkan sumber berita dari jaringan Trans Media Corpora termasuk penggunaan sumber daya.
		Tahap pelaksanaan	Meskipun jumlah wartawan Detik Travel sedikit namun dalam pelaksanaannya Detik Travel secara tidak langsung juga dibantu oleh wartawan Detik maupun wartawan dari

			media yang berjaringan lainnya.
		Tahap pengorganisasian	Dengan menjadi bagian dari Transmedia, maka pengelolaan sumber daya manusia dapat dilakukan dengan maksimal. Detik Travel dibantu oleh tim HRD yang berkomepeten serta berbagai bidang lainnya.
2	SDM yang unggul	Tahap pelaksanaan	Wartawan dengan kualifikasi tertentu yang dapat menjadi wartawan Detik. Wartawan yang diterima di Detik umumnya adalah yang telah memiliki pengalaman sehingga bisa cepat menyesuaikan keadaan dan paham menghadapi situasi dilapangan.
3	Fasilitas Wartawan	Tahap pelaksanaan	Detik memberikan fasilitas penunjang seperti Laptop, Smartphone serta Kamera ataupun Drone sesuai dengan kebutuhan liputan. Fasilitas ini mendorong hasil liputan yang maksimal.
4	Melibatkan Pembaca	Pelaksanaan	Kategori D'Traveler melibatkan pembaca sebagai contributor, dengan komposisi 20-30% membuat jumlah berita lebih banyak dan liputan

			tidak harus dilakukan oleh wartawan.
--	--	--	--------------------------------------

Weakness (Kekurangan)

No	Kekurangan	Menghambat pada Tahap Manajemen	Efek pada Hasil Kerja Redaksi Detik Travel
1	Tidak ada rapat Redaksi Harian secara tatap muka	Perencanaan	Proses penyampaian pendapat tidak maksimal dalam model kerja seperti ini. Wartawan kurang berperan dalam pengembangan Redaksi. Rapat redaksi yang terus dilakukan melalui grup whatsapps dapat memberikan dampak negative pada koordinasi antar wartawan,
2	Jumlah Sumber Daya	Pengorganisasian	Jumlah sumber daya yang sedikit, membuat Detik Travel sulit untuk berkembang dan melakukan inovasi. Keterbatasan ini berpengaruh pada kualitas dan jumlah berita.

Opportunities (Peluang)

No	Peluang	Alasan	Hal yang dapat di maksimalkan
1	Jumlah SDM (Wartawan)	Jumlah SDM Detik Travel masih dirasa kurang oleh Redaktur Pelaksana	Dengan kebutuhan informasi dan ketersediaan informasi saat ini, penambahan jumlah wartawan yang berkompeten

			dapat memaksimalkan produksi berita berkualitas.
2	Penggunaan Sosial Media	Potensi sosial media dapat memberikan kunjungan ke website Detik Travel	Pengelolaan sosial media yang interaktif dan lebih dekat dengan pembaca serta meningkatkan interaksi kepada para pembaca di sosial media.

Threats (Ancaman)

No	Ancaman	Alasan	Hal yang dapat di lakukan
1	Dalam Struktur Detik.com	Meskipun dilain sisi menjadi keunggulan, tapi disisi lain berada dibawah struktur Detik.com membuat Detik Travel tidak bisa melakukan inovasi tanpa persetujuan Dewan Redaksi seperti halnya media baru saat ini.	Terus melakukan inovasi dan menyesuaikan keinginan pembaca agar tidak kehilangan pembaca. Perkembangan media pariwisata saat ini cukup pesat, new media terus melakukan inovasi.

5. Analisis Manajemen Redaksional pada Kompas Travel

a) Tahap Perencanaan

Menurut hasil penelitian yang dilakukan, tahapan perencanaan dalam Manajemen Redaksional Kompas Travel memiliki tujuan untuk menjadi pedoman informasi pariwisata bagi masyarakat. Tujuan ini dilakukan dengan beberapa langkah perencanaan. Langkah awal perencanaan di Kompas Travel adalah

menentukan topik berita, penentuan ini melibatkan wartawan dan editor pelaksana atau *managing editor*.

b) Tahap Pengorganisasian

Ketentuan dalam proses recruitment wartawan Kompas, melalui seleski HRD Kompas. Hal ini dilakukan agar setiap divisi dapat memiliki peran yang berjalan dengan baik. Dalam melakukan proses recruitment wartawan baru, *Managing editor* mengajukan kepada divisi HRD untuk selanjutnya ditinjau dan di proses dengan beberapa pertimbangan. Wartawan yang diterima di Kompas biasanya akan dinilai melalui system kontrak, untuk selanjutnya ditinjau secara berkala sebelum menjadi karyawan tetap. Untuk kualifikasi wartawan disesuaikan dan atas pertimbangan dengan kebutuhan redaksi.

c) Tahap Pelaksanaan

Menurut Junaedi (2014:46) tahapan pengarahan kepada seluruh anggota redaksi, berdasarkan kesepakatan yang ditetapkan pada proses perencanaan. Proses pengarahan dilakukan oleh ketua dalam hal ini editor dan memberikan dampak pada kinerja redaksi. Dalam proses pengarahan berkaitan dengan berita, Kompas Travel dominan melakukan pengarahan melalui *mobile*. *Managing Editor* memberikan pengarahan melalui grup *whatsapp*, selain itu wartawan juga dapat berkonsultasi mengenai kendala dan masalah yang di hadapi dilapangan.

Pengawasan dan koordinasi extra berlaku bagi wartawan yang melakukan liputan di luar daerah. Wartawan yang telah melakukan liputan dan menyerahkan hasil liputan kepada editor untuk selanjutnya dilakukan proses penyuntingan. Dalam proses outputnya, wartawan harus memperhatikan sistematika penulisan. Tata penulisan yang diadopsi oleh Kompas Travel adalah penggunaan Bahasa baku atau sesuai EYD, serta komposisi foto harus sesuai dengan topik berita. Jumlah berita yang ditargetkan dari setiap wartawan adalah 3 berita dan total 15 berita untuk publikasi di Kompas Travel setiap harinya. Selain bersumber dari wartawan redaksi Kompas Travel juga bekerja sama dengan contributor daerah Kompas di beberapa daerah.

d) Tahap Pengawasan

Proses pengawasan wartawan Kompas Travel lebih mudah jika dibandingkan dengan wartawan news politik karena tuntutan liputan yang dinilai wajar dan bersifat *good news*. Artinya tidak ada tekanan besar dalam proses peliputan. Pengawasan dilakukan melalui *mobile* dengan meninjau kinerja wartawan setiap

harinya, berkaitan dengan target jumlah berita harian, proses penyuntingan serta kinerja wartawan dilapangan.

6. Penerapan Jurnalisme Perjalanan pada Detik Travel

a) Representasi Budaya Asing

Dalam unsur Jurnalisme Pariwisata terdapat representasi budaya asing yang meliputi Masyarakat, adat dan budaya local. Unsur ini adalah karakter utama dalam Jurnalisme Pariwisata dan Indonesia adalah surge dari keberagaman budaya dan adat. Memiliki misi untuk menjadi pedoman informasi pariwisata, Kompas Travel memiliki berbagai kategori berita seperti Travel Story, Travel Tips, Food Story, Hotel Story, dan News. Kompas menghadirkan berita yang menunjang fungsi sebagai pedoman pariwisata. Dalam Travel story.

b) Standart Etika

Redaksi Kompas Travel sendiri berkerjasama dengan Travel agensi dari Jepang untuk menulis berita yang di tulis oleh piha ketiga yang secara terbuka bertujuan untuk mempromosikan wisata dan budaya Jepang. Hal ini menjadi dilema bagi independensi Kompas Travel sebagai media. Kompas Travel menganggap hal ini disesuaikan dengan orientasi pasar, minat publik saat ini cukup tinggi berkaitan dengan wisata Jepang. Tulisan dalam ketegori ini juga melalui editor untuk memastikan informasi yang disampaikan sesuai dan bermanfaat bagi semua pihak.

c) Orientasi Pasar

Kompas Travel menyesuaikan orientasi pembaca, dengan menyediakan kolom news promo untuk informasi promosi akomodasi perjalanan. Informasi ini dianggap bermanfaat bagi pembaca dan banyak di cari oleh pembaca serta trend trend terkini menjadi pertimbangan redaksi dalam menentukan topik atau langkah selanjutnya. Dalam perkembangannya Kompas Travel melakukan riset pembaca untuk membuat langkah pengembangan dan inovasi, Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan pembaca.

d) Aspek Motivasi

Tujuan utama dari Kompas Travel adalah sebagai panduan informasi pariwisata bagi pembaca. Menghadirkan informasi yang positif bagi masyarakat. Tulisan yang ada di Kompas Travel memperhatikan penggunaan tata Bahasa dan

judul. Hal ini guna memastikan berita yang ditulis tetap sesuai dengan kaidah penulisan berita meskipun berkaitan dengan pariwisata.

7. Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel

a) Faktor Pendukung

Kompas Travel sebagai bagian dari Kompas.com dan Kompas Grup perusahaan yang bergerak dalam industri media memberikan keuntungan bagi Kompas Travel dari berbagai sisi. Dengan kekuatan finansial dan jaringan yang baik, Kompas Travel tidak menghadapi masalah finansial, pengelolaan sumber daya serta jaringan media. Kekutan jaringan dan finansial ini juga berdampak pada kualitas sumber daya yang baik. Meskipun jumlah wartawan yang sedikit, wartawan Kompas Travel memiliki kompetensi yang baik.

b) Faktor Penghambat

Rapat redaksi harian dan bulnana sangat jarang dilakukan, seperti disampaikan oleh Editor Kompas Travel bahwa banyak penyebab rapat redaksi sulit dilakukan, pertama berkaitan dengan jumlah wartawan yang sedikit, sehingga jika ingin ada rapat redaksi kehadiran seorang wartawan sangat dibutuhkan, dengan tuntutan dan liputan diluar kota membuat wartawan sulit untuk hadir pada rapat redaksi harian. Hal ini menjadikan peran perencanaan harus dilakukan secara *mobile*, termasuk untuk pengarahan dan pengawasan. Proses perencanaan pun dirasa kurang maksimal, maka peran managing editor menjadi sangat vital untuk melakukan berbagai fungsi manajemen redaksional secara *mobile*. Jumlah wartawan Kompas Travel tergolong lebih sedikit dibanding wartawan divisi lain seperti news dan politik serta ekonomi, wartawan Kompas Travel hanya berjumlah 6 orang.

4. Analisis SWOT Manajemen Redaksional pada Detik Travel

Strength (Keunggulan)

No	Keunggulan	Mendukung pada Tahap Manajemen	Efek pada Hasil Kerja Redaksi Detik Travel
1	Bagian dari Kompas Grup	Tahap perencanaan	Sebagai bagian dari Kompas Grup, Kompas Travel memiliki

			<p>sumber daya yang baik, baik dalam keuangan maupun jaringan kerjasama dari media yang tergabung dalam Kompas Grup dapat saling mengisi sebagai sumber berita. Selain itu Kompas Travel banyak mendapat berbagai penawaran kerjasama dari berbagai pihak.</p>
		Tahap pelaksanaan	<p>Sumber daya yang disediakan oleh Kompas memudahkan wartawan untuk melakukan liputan. Jaringan wartawan dalam Kompas Grup dapat saling mengisi, serta adanya contributor daerah.</p>
		Tahap pengorganisasian	<p>Pengelolaan sumber daya manusia di Kompas di atur oleh divisi HRD Kompas.com, termasuk untuk proses prekrutan. Proses perekrutan dilakukan dengan 2 tahap, oleh HRD selanjutnya oleh Editor Pelaksana.</p>
2	SDM yang unggul	Tahap pelaksanaan	<p>Sebagai bagian dari Kompas Grup, tentu saja wartawan yang bekerja di Kompas Travel adalah yang terbaik dengan pelatihan dan pengelolaan sumber daya manusia yang baik.</p>
3	Fasilitas Wartawan	Tahap pelaksanaan	<p>Fasilitas penunjang seperti Laptop dan Kamera serta penunjang lainnya membantu</p>

			menunjang proses liputan wartawan. Selain itu fasilitas akomodasi juga diberikan untuk wartawan yang melakukan liputan diluar Kota.
4	Jaringan Kerjasama	Tahap Perencanaan	Jaringan kerjasama di Kompas Travel, sebagai contoh Ohaya Jepang dan lainnya memberikan hal menarik bagi pembaca dan membuat jenis berita beragam.

Weakness (Kekurangan)

No	Kekurangan	Menghambat pada Tahap Manajemen	Efek pada Hasil Kerja Redaksi Detik Travel
1	Tidak ada rapat Redaksi Harian secara tatap muka	Perencanaan	Jumlah wartawan yang sedikit serta kegiatan peliputan diluar kota menjadikan rapat Redaksi sangat jarang dilakukan, termasuk rapat redaksi harian dan bulanan sehingga fungsi perencanaan dan pengawasan kurang maksimal.
2	Jumlah Sumber Daya	Pengorganisasian	Wartawan yang sedikit membuat jumlah publikasi harian juga sedikit, hanya 15 berita wisata setiap harinya.

Opportunities (Peluang)

No	Peluang	Alasan	Hal yang dapat di maksimalkan
1	Jumlah SDM (Wartawan)	Jumlah wartawan dianggap masih kurang.	Penambahan jumlah wartawan akan meningkatkan kualitas serta kuantitas berita.

2	Penggunaan Sosial Media	Penggunaan social media masih kurang maksimal.	Penggunaan social media memiliki dampak meningkatkan kunjungan pembaca ataupun untuk menjalin komunikasi dengan pembaca .
---	-------------------------	--	---

Threats (Ancaman)

No	Ancaman	Alasan	Hal yang dapat di lakukan
1	Dalam Struktur Detik.com	.Kompas Travel sulit untuk melakukan inovasi diluar Redaksi Kompas	Meminimalisir ancaman dengan membuat inovasi dalam pemberitaan agar lebih menarik dan memiliki ciri khas serta menarik minat pembaca.

PENUTUP

Proses Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel dan Kompas dilakukan dengan tahapan, Perencanaan dilakukan untuk mengetahui rencana program redaksi termasuk liputan, dilakukan setiap periode. Rapat redaksi harian dilakukan melalui mobile phone ataupun group whatsapp, untuk merencanakan kegiatan liputan harian wartawan termasuk penentuan topik berita, liputan luar kota serta kegiatan redaksi lainnya. Pemilihan topik harian menyesuaikan dengan value berita dan trend yang sedang ada di masyarakat.

Pengorganisasian dalam tahapan rekrutment dilakukan oleh Divisi Human Resource menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing redaksi, sedangkan untuk pengorganisasian merupakan tanggung jawab pimpinan redaksi.

Pelaksanaan dilakukan untuk memproduksi berita online yang sesuai pada proses perencanaan, setiap wartawan memiliki kewajiban menulis jumlah berita yang berbeda-beda pada masing-masing media online atau tergantung focus liputan.

Pengawasan redaksi dilakukan oleh redaktur pelaksana dan *asistent* redaktur. Pengawasan kepada wartawan yang melakukan liputan luar kota dilakukan secara *mobile*. Bentuk *reward* untuk masing-masing wartawan juga berbeda.

Keterbatasan yang dihadapi penulis dalam melakukan penelitian dengan Judul Analisis Manajemen Redaksional Jurnalisma Pariwisata pada Detik Travel dan Kompas

Travel jumlah narasumber penelitian, peneliti hanya dapat melakukan wawancara kepada masing-masing Redaktur Pelaksana dan satu orang Wartawan. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan akses yang didapatkan oleh peneliti.

Penulis tidak melakukan penelitian kepada pembaca untuk menilai efek dan penerapan Manajemen Redaksional yang diterapkan oleh masing-masing media. Selain itu penerapan dan literasi yang berkaitan dengan Jurnalisme Pariwisata masih cukup terbatas di Indonesia, terdapat dua sudut pandang dalam menerjemahkan Jurnalisme terkait berita pariwisata, yaitu Jurnalisme Perjalanan dan Jurnalisme Pariwisata, namun peneliti menggunakan istilah Jurnalisme Pariwisata karena dalam Bahasa Indonesia pariwisata memiliki arti perjalanan untuk rekreasi, pelancong dan turisme.

DAFTAR PUSTAKA

- Hira, Zulfadila. (2015). Jurnalisme Perjalanan dan Tanggung Jawab Terhadap Publik. Jurnal Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Universitas Indonesia.
- Fazrsyansyah, Irfan dkk. (2014). Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon. Jurnal ASPIKOM, Volumen 2, Nomor 2.
- Maryanto, Imam dan Rummyeni. (2014). Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian Umum Haluan Riau dalam Meningkatkan Kualitas Pemberitaan. Jurnal FISIP. Jurnal Online Mahasiswa Universitas Riau.
- Cahyanda, Hady. (2016). Analisis Semiotika Foto Jurnalistik Pada Media Online Suarabobotoh.com Bandung. Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pasundan.
- Farid Rusdi. (2017) Analisis Media Online Dalam Pemberitaan Pariwisata: Studi Kebijakan Redaksi Detik Travel Dan Tribunnews Travel Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta.
- Lutfiyah Ayu Lestari. (2017). Strategi Radio EL John Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kota Palembang. Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Putra, Gentara. (2018). Analisis Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Daerah Untuk Menarik Minat Pembaca di Batam Pos Dan Tribun Batam. Skripsi Sarjana Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

- Anugrah, Mohammad Fajri Dwi. (2017). Strategi Manajemen Redaksional dan Manajemen Periklanan Beritagar.Id Sebagai Situs Berita Berbasis Kurasi di Indonesia. Skripsi Sarjana Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia.
- Febriani, Ina Salamh. (2010). Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi Pada Republika Online. Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- M. Irfan Fazryansyah, Heriyani, Nuruzzaman . (2013). Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon. Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Swadaya.
- M. Romli, Asep Syamsul. (2012). Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online. Bandung, Nuansa Cendekia,
- Junaedi, Fajar. (2014). Manajemen Media Massa. Yogyakarta: Buku Litera.
- Fürsich, Elfriede dan Kavoori, Anandam P. (2001). *Mapping a Critical Framework for the Study of Travel Journalism. International Journal of Cultural Studies*, 4(2), 149-171.
- Hansch, Folker. (2010). *The Dimensions of Travel Journalism : Exploring New Fields for Journalism Research. Beyond The News. Journalism Studies*, 11, 68-82.
- Romli, Asep Syamsul M. (2013). Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Arismunandar, Satrio. (2010). Mengenal Jurnalisme Perjalanan (Travel Journalisme) dan Program Jelajah www.academia.edu/4980098 (10 November 2018)

Identitas Penulis

Identitas Penulis Pertama

Nama Lengkap : Egi Andrea Pratama
Nomor Induk Mahasiswa : 14321106
Tempat Tanggal Lahir : Sanggau, 6 Juli 1996
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Minat Studi : Jurnalisme Penyiaran
Alamat : Jl. Perintis Liku No 77, Sanggau, Kalimantan Barat
Nomor Kontak : 088233988567
Email : hi@egiandrea.com

Identitas Penulis Kedua

Nama Lengkap : Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A
NIK/NIDN : 0523098701
Jabatan Akademik : Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi

