

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



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Oleh

Egi Andrea Pratama

14321106

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

2020

SKRIPSI

**Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata
Pada Detik Travel dan Kompas Travel**

Disusun oleh

Egi Andrea Pratama

14321106

Telah disetujui oleh Dewan Pembimbing Skripsi untuk diujikan dan dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal :

Dosen Pembimbing

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

NIDN : 0523098701

LEMBAR PENGESAHAN
Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata
Pada Detik Travel dan Kompas Travel

Disusun oleh

EGI ANDREA PRATAMA

14321106

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 29 NOV 2019

Dewan Penguji

- | | | |
|--------------------|--|---------|
| 1. Ketua
NIDN | : Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A
: 0523098701 | (.....) |
| 2. Anggota
NIDN | : Narayana Mahendra Prastya, S.Sos, M.A
: 0520058402 | (.....) |

Mengerahui

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



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

NIDN:0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Egi Andrea Pratama**
NIM : **14321106**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi : **Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Pada Detik
Travel dan Kompas Travel**

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 6 Januari 2020



Egi Andrea Pratama

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia kepada kita semua dan juga saya. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk memenuhi sebagian syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan atas gelar Sarjana yang akan saya dapatkan.

1. Alm. Samian, Ayah tercinta yang saat ini tenang di sisi-Nya.
2. Julida, Ibunda tercinta di kampung halaman yang tidak hentinya menjadi pengingat disaat saya malas ataupun abai menyelesaikan skripsi ini.
3. Inayah Fitriati dan Adea Walduanda, Adikku saya yang sedang sekolah dan kuliah.
4. Hilyani Elsa, sang kekasih yang sering marahin saya kalau malas nyelesain skripsi.
5. Seluruh keluarga besar, yang sering bertanya kapan wisuda.

Saya juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang berperan penting dalam membantu menyelesaikan skripsi ini

1. Narayana Mahendra Prastya, S.Sos, M.A selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan masukan terkait tema dan membantu penulis dalam mendapatkan data yang dibutuhkan terkait skripsi ini.
2. Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing akademik yang sabar memberikan bimbingan walaupun saya sering hilang dari dunia permibingan.

Meskipun telah selesai, skripsi yang saya buat sendiri ini sebenarnya memiliki kekurangan karena berbagai keterbatasan waktu dan pengetahuan jadi mohon dimaklumi.

Yogyakarta, 6 Januari 2020

ABSTRACT

Egi Andrea Pratama. Analisis Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Pada Detik Travel dan Kompas Travel. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Indonesia. 2019

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*

ABSTRAKSI

Egi Andrea Pratama. Analisis Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Pada Detik Travel dan Kompas Travel. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Indonesia. 2019

Produk Jurnalisme Pariwisata Seperti halnya produk jurnalistik lainnya yang memberikan pengaruh pada publik mulai dari ekonomi dan budaya begitu juga Jurnalisme Pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Pada Detik Travel dan Kompas Travel meliputi penerapan, perbedaan serta factor pendukung dan penghambat Jurnalisme Pariwisata pada kedua media tersebut.

Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme Peneliti 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 dan gambar.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Detik Travel dan Kompas Travel melakukan kegiatan manajemen redaksional dalam bentuk dan tahapan dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan sampai evaluasi. Proses Perencanaan dilakukan secara mobile atau melalui Grup Whatsapp, kedua media ini tidak melakukan rapat redaksi harian. Tahap pengorganisasian merupakan tanggung jawab Editor atau Redaktur, sementara untuk proses recruitment merupakan tanggung jawab HRD Redaksi Pusat. Untuk Proses Pengawasan juga dilakukan secara Mobile, karena mobilitas Jurnalis yang cukup tinggi bahkan seringkali keluar kota. Jika terjadi kesalahan editorial, Jurnalis akan mendapatkan teguran secara lisan dari Editor untuk memperbaiki, sementara untuk Pelanggaran Kode Etik akan diproses oleh Redaksi Pusat.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Kompas Travel dan Detik Travel memiliki keunggulan yaitu bagian besar dari redaksi Kompas dan Detik yang memiliki sumber daya yang besar serta fasilitas yang diberikan kepada jurnalis. Tetapi memiliki kelemahan dari jumlah sumber daya manusia (jurnalis), hal ini seharusnya dapat dioptimalkan dengan baik dengan proses perekrutan jurnalis. Selain itu rapat redaksi tanpa bertatap muka juga menjadi kelemahan. Penggunaan Social media juga menjadi catatan penting untuk kedua media online ini, terutama di era media sosial saat ini. Menjadi bagian dari Kompas dan Detik juga menyulitkan Redaksi Travel untuk berkembang dan berinovasi karena segala perubahan harus berdasarkan keputusan Redaksi Pusat.

Kata Kunci : *manajemen redaksional, jurnalisme pariwisata, detik travel, kompas travel*

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	Erro
r! Bookmark not defined.	
Pernyataan Etika Akademik	iii
Kata Pengantar	v
Abstraksi	vi
Daftar ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Teoritis	5
2. Manfaat Praktis	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Teoritik	8
1. Manajemen Redaksional	8
2. Jurnalisme Pariwisata Atau Travel Jurnalisme	11
3. Prinsip-Prinsip Jurnalistik Online	13
4. Analisis Swot	14
G. Metode Penelitian	15
Bab II OBJEK PENELITIAN	18
A. Profil Detik Dan Detik Travel	18
B. Profil Kompas Dan Kompas Travel	21
Bab III TEMUAN PENELITIAN	26
A. Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Detik Travel	26
B. Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Pada Kompas Travel	36
Bab IV PEMBAHASAN	46
A. Analisis Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Detik Travel	46
1. Analisis Manajemen Redaksional Pada Detik Travel	46
2. Penerapan Jurnalisme Pariwisata Pada Detik Travel	49
3. Faktor Pendukung Dan Penghambat	55
4. Analisis Swot Manajemen Redaksional Pada Detik Travel	56
B. Analisis Manajemen Redaksional Jurnaisme Pariwisata Kompas Travel	60

1. Analisis Manajemen Redaksional Pada Kompas Travel	60
2. Penerapan Jurnalisme Perjalanan Pada Kompas Travel	62
3. Faktor Pendukung Dan Penghambat	66
4. Analisis Swot Manajemen Redaksional Pada Detik Travel	67
Bab V KESIMPULAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Keterbatasan Penelitian	72
C. Saran	73
Daftar Pustaka	74



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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.¹

Dalam buku berjudul 'Online News and the public karya Salwen (2006:6) dijelaskan bahwa komunikasi melalui media online atau surat kabar tumbuh pesat secara global mulai tahun 1990an. Berkat perkembangan world wide web (www) di masyarakat global, surat kabar pun mulai berekspansi secara cepat ke media online karena kemudahan bagi pengguna dan ketersediaannya yang umum.

Kelahiran media online pun memberikan dampak yang besar bagi media atau surat kabar pada saat itu, dalam buku Online Journalism yang ditulis Hall menyebutkan bahwa kehadiran media online memberikan kesempatan media cetak untuk memperluas konstitusi jurnslisme, news gathering, perubahan gaya analisis serta merubah kebiasaan reportase yang berlaku pada saat itu. Media online secara tidak langsung telah melahirkan model jurnalisme baru, yaitu jurnalisme online. Proses kegiatan jurnalistik online lahir dari tuntutan penyampaian informasi yang sigap dan cekatan dalam menyajikan berita tanpa menghilangkan pengertian jurnalistik yang sebenarnya.

Menurut yurudus formal yang tercantum dalam Ull Pers No.40/1999 Pasal 1 ayat (1) menyatakan bahwa pers adalah :

¹ M. Romli, Asep Syamsul. *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung, Nuansa Cendekia, 2012) Hal.34

“Lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafis maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.”

Atas dasar itu saat ini seorang jurnalis ataupun media tidak lagi cukup hanya pada media tradisional belaka. Jurnalis juga harus menguasai teknik dan cara kerja peliputan di lingkungan new media, seperti video dan media online. Informasi yang didapat dari Alexa.com sebuah website pemeringkatan domain dari seluruh dunia, 4 dari 10 website dengan pengunjung terbanyak di Indonesia merupakan media online. Detik.com di peringkat kelima dan Kompas.com di peringkat ke 10, artinya konsumsi masyarakat terhadap berita online sangat luar biasa. Pengunjung harian detik.com diatas 2-3 juta pengunjung, setiap pengunjung membaca 5-6 berita/page dan menghabiskan waktu rata rata 10 menit untuk membaca berita. Sedangkan pada Kompas.com pengunjung harian berkisar antara 1-2 juta pengunjung, setiap pengunjung rata-rata membaca 2-3 berita/page dan menghabiskan waktu sekitar 7 menit untuk membaca berita.

Atas tuntutan pasar dan perkembangan media massa di bidang jurnalistik, beragam studi jurnalisme dilakukan untuk mengimbangi fenomena sekaligus mengimbangi pasar. Salah satu jurnalisme yang masih di spelekan dan mendapat sedikit perhatian dari para akademisi dan praktisi adalah Jurnalisme Pariwisata (*travel journalism*) padahal Jurnalisme Pariwisata sendiri bisa di katakan cukup berpengaruh dalam mengonstruksi realita dan persepsi masyarakat (Fursich dan Kavoori, 2001 : 149).

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 menunjukan bahwa pertumbuhan pariwisata di Indonesia 7,2% pada tahun 2015 (DetikTravel :2016). Bahkan pada tahun 2 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 sehingga travel 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).

Travel Jurnalistik lahir sebagai bidang untuk penelitian komunikasi internasional akibat dari pertumbuhan pariwisata sebagai industri global yang potensial. Jurnalisme Pariwisata pada awalnya muncul di sebagian besar harian nasional dan regional, majalah di Amerika Serikat dengan publikasi perjalanan yang sangat menarik. Selain itu Media Penyiaran juga menawarkan program Travel atau Perjalanan khusus, seperti acara perjalanan selebriti dan di berbagai negara bagian di Amerika Serikat dan Saluran Inggris yang dimiliki oleh Discovery Communications, atau di Prancis 'Voyage channel juga berperan dalam perkembangan awal Jurnalisme Pariwisata.

Kelompok elit atau borjuis dari negara-negara berkembang dan maju bepergian untuk kesenangan atau bisnis. Para potensial akan tertarik pada jurnalisme semacam ini untuk mendapatkan nasehat dan saran sebelum bepergian. Industri pariwisata yang sedang tumbuh akan menghasilkan pasar iklan dan public relations yang semakin meningkat, terutama untuk media yang menjanjikan audiens menengah ke atas dan reseptif. Tren ini sangat mungkin untuk merangsang pasar yang lebih besar untuk Jurnalisme Pariwisata khusus dalam skala global.

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 kontribusi 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 di anggap sebelah mata terbukti dari keberadaan Kanal Travel pada Detik dan Kompas, bahkan pada situs KompasTravel perpublikasi berita bisa dibaca oleh 30.000an orang.

Detik Travel merupakan kanal di Detik.com yang dibuat sekitar tahun 2010 karena saat itu minat nitizen 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 faktor 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.

B. Perumusan 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?

C. Tujuan Penelitian

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

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian teoritis dalam manajemen media, khususnya media online dan bidang Jurnalisme Pariwisata. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang perkembangan ilmu jurnalistik bidang redaksional.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi praktisi komunikasi khususnya mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia agar lebih memahami tentang Manajemen Redaksional dan Travel Jurnalisme serta menjadi referensi penelitian dikemudian hari.

E. 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 informasi informasi 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.

F. Kerangka Teoritik

1. Manajemen Redaksional

Dalam teori manajemen pers, bidang redaksional adalah jantung media. Adapun definisi Manajemen Redaksional menurut Abede Pereno, yaitu penerapan fungsi-fungsi manajemen melalui tindakan planning, organizing, actuating, dan controlling dalam pengelolaan materi pemberitaan (Sam Adebe, 2003: 46).

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

Merupakan pemikiran-pemikiran rasional yang berdasarkan fakta yang mendalam sebagai persiapan untuk tindakan-tindakan kemudian (Kustadi, 2007:38). Sebuah perencanaan yang baik akan menghasilkan berita yang baik pula. Perencanaan peliputan beita atau rapat perencanaan berita biasanya di lakukan diruang rapat dan dihadiri oleh seluruh staff redaksi secara rutin (Ahmad Munif : 2005)

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 (Nitinegoro, 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 struktur 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.

Menurut Junaedi (2014: 44) pada tahap pelaksanaan maka manajemer akan memberikan pengarahan dan berdampak pada kinerja organisasi. Pengarahan ini dilakukan kepada masing-masing anggota redaksi. Pengarahan ini bertujuan agar tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan sebelumnya. Pelaksanaan manajemen redaksional di surat kabar dilaksanakan dengan proses aktifitas produksi berita.

Proses produksi berita dalam tahap ini meliputi peliputan, penulisan (Suhandang, dalam Yunus, 2010: 40): Ada beberapa faktor dominan dalam menentukan keberhasilan pergerakan yaitu:

- 1) Motivasi adalah suatu keahlian seorang pemimpin dalam mengarahkan bawahannya agar tercapainya organisasi.
- 2) Kepemimpinan adalah merupakan proses untuk mempengaruhi orang lain agar mau bekerja sama untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- 3) Sikap dan moral seorang pimpinan dalam membina kerja sama, harus mampu memahami perilaku bawahannya.
- 4) Komunikasi adalah informasi, pesan yang dikomunikasikan dapat dimengerti dan ditafsirkan sama oleh orang lain. (Salam, 2004:21).

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.

Pengawasan melibatkan adanya pemberian penghargaan (reward) bagi individu yang berprestasi di organisasi karena mencapai atau bahkan melampaui indikator pekerjaan. Sebaliknya juga pemberian hukuman (punishment) bagi individu yang melanggar aturan atau tidak berhasil mencapai indikator pekerjaan. Tahap pengawasan dalam manajemen redaksional adalah kegiatan untuk mengetahui apakah pelaksanaan kerja bidang redaksional telah sesuai dengan rencana semula atau tidak. Tahap pengawasan dalam bidang redaksional merupakan kegiatan penting karena adanya evaluasi dan penyuntingan hasil kegiatan sebuah berita yang akan diterbitkan. Pengawasan ini sangat penting dilakukan untuk menjaga isi rubrik agar tidak keluar dari koridor atau kaidah jurnalistik (Effendy, 1996: 40). Pengawasan juga harus

dilakukan untuk menjaga isi berita sesuai dengan kaidah jurnalistik. Pengawasan yang dilakukan berupa evaluasi setelah proses pengeditan sehingga menjadi karya jurnalistik yang baik.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen media massa pada umumnya memiliki pedoman yang sama, meskipun terdapat penyesuaian dalam media online yaitu kecepatan dan fleksibilitas. Manajemen redaksi media online bisa juga di definisikan sebagai proses antar orang yang merupakan kesatuan dalam organisasi, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan untuk mencapai tujuan yang disepakati atau diinginkan.

2. Jurnalisme Pariwisata atau Travel Jurnalisme

Sulit untuk menentukan secara pasti apa itu Travel Jurnalisme adalah karena bisa mencakup banyak aspek seperti budaya, sejarah, ekologi, bisnis, rekreasi, petualangan dan lain-lain. "Travel Jurnalisme, suatu publikasi independen atau netral seperti laporan berita dan tidak digolongkan sebagai komersial" (Hanusch, 2010:70).

Orientasi subyektif pada Travel Jurnalisme adalah salah satu alasan mengapa Travel Jurnalisme belum diteliti secara serius oleh kalangan akademisi jurnalistik. Beberapa kalangan berpendapat bahwa Travel Jurnalisme berbeda dengan jurnalisme pada umumnya. Namun persamaan Travel Jurnalisme dengan jurnalisme pada umumnya adalah menjamin dokumentasi dan publikasi dilakukan oleh wartawan dan informatif bagi pembaca (Hanusch, 2010:296).

Menulis Perjalanan dan Acara Perjalanan telah berkembang sebagai hal yang baru dalam jurnalistik. Meningkatnya jumlah artikel perjalanan, majalah perjalanan, blog perjalanan, dan saluran perjalanan adalah bukti pertumbuhan ini. Analisis media terkait Travel Jurnalisme bisa membantu kita untuk memahami dampak globalisasi dalam kehidupan kita sehari-hari salah satunya dalam bidang Jurnalisme yang terus berkembang (Fursich, 2009)

Perdebatan tentang apakah Travel Jurnalisme harus dianggap serius karena jurnalisme saat ini identic dengan jurnalisme berita "keras", tapi kita tidak bisa mengabaikan fakta bahwa Travel Jurnalisme dan Jurnalisme Pariwisata mempunyai persamaan dan dibedakan oleh objek. Hanusch (2010) menyusun sebuah kerangka teoritis yang berisikan empat dimensi sebagai landasan dalam Jurnalisme Pariwisata atau Travel Jurnalisme,

a. Representasi Budaya Asing

Keberadaan Travel Jurnalisme adalah untuk merepresentasikan sesuatu yang lain, berbeda, atau diluar kebiasaan. Hasil studi yang di analisis oleh Hanusch mengungkapkan bahwa sisi luar tersebut biasanya meliputi masyarakat, adat, dan budaya local. Seorang Jurnalis perjalanan juga harus dapat memproduksi cerita yang memotivasi public untuk melakukan perjalanan atau berwisata dengan menceritakan semuanya dari sudut pandang jurnalis namun tetap menarik.

b. Standart Etika

Liputan perjalanan wisata, memang membutuhkan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Hal ini menyebabkan Travel Jurnalisme bergantung pada sponsorhip dari industri wisata yang tentu saja membawa banyak dampak etis. Inilah yang disebut dilema etika dalam bidang jurnalisme perjalanan ialah bagaimana para jurnalis perjalanan atau pun media di mana mereka bernaung menyikapi tawaran meliput wisata gratis dari industri pariwisata dan jika benar apakah kemudian mereka wajib mengungkapkan fakta ini ke public.

Alexander Elliot (2010) menyatakan bahwa industri wisata dari dari pengelola ataupun pemerintah biasanya tidak secara terbuka meminta liputan yang bersifat terhadap suatu destinasi wisata. Terlepas dari permintaan secara terbuka maupun terselubung dari industri pariwisata, tetapi para jurnalis dan media biasanya merasa berhutang budi. Dibutuhkan studi lebih lanjut untuk melihat bagaimana jurnalis perjalanan menyikapi sponsor dalam peliputan dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi hasil liputan mereka Begitu pula studi mengenai persepsi khalayak terhadap konflik kepentingan ini, apakah mereka mengharapkan adanya transparansi mengenai sponsor liputan dan apakah fakta ini nantinya akan mempengaruhi penilaian mereka terhadap kredibilitas liputan (Hanusch, 2010)

c. Orientasi Pasar

Travel Jurnalisme bukan hanya sebagai informasi public tetapi juga bagian dari gaya hidup, sehingga memunculkan orientasi pasar dalam Travel Jurnalisme. Ada perbedaan persepsi yang dialami oleh para Jurnalis Perjalanan, yaitu Jurnalis yang menekankan informasi praktis dan netral dalam liputan mereka serta menempatkan dirinya sebagai pengamat kritis dan

memberikan edukatif bagi publik di anggap oleh pihak 'penyedia' sebagai jurnalis berorientasi rendah dalam Travel Jurnalisme. Tetapi sebaliknya, jurnalis perjalanan yang menekankan peliputan pada hal yang menyenangkan dari suatu destinasi dan menghibur masyarakat dianggap sebagai jurnalis yang berorientasi tinggi dalam Travel Jurnalisme.

d. Aspek Motivasi

Motivasi dalam Travel Jurnalisme merupakan penghubung antara tugas dan tanggung jawab dari Jurnalisme dan kebutuhan masyarakat akan informasi yang berimbang. Beberapa jurnalis termotivasi untuk melakukan perjalanan karena mendapatkan kesempatan untuk berwisata sehingga memotivasi masyarakat untuk juga melakukan perjalanan, kedua hal ini seperti mata rantai yang saling terhubung. Tetapi ada pula jurnalis yang termotivasi untuk mengungkapkan sesuatu yang tidak kasat mata, dan lebih tertarik ke kehidupan masyarakat lokal di banding pariwisata secara umum.

Dalam konteks pemenuhan informasi bagi traveler maka kualitas argumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motif pencarian informasi. Traveler Indonesia membutuhkan informasi yang dilengkapi dengan data-data yang akurat, relevan, komplit dengan konsistensi informasi yang jelas, untuk membantu traveler memilah informasi yang berguna dan diminati. Selain kualitas argumen, faktor penting dalam pencarian informasi para traveler adalah kredibilitas sumber.

Hampir semua media nasional memiliki kanal khusus travel, sebut saja Kompas, Detik, dan Tribunnews. Ketiga media nasional itu memiliki pola artikel yang hamper sama, yaitu minim penjelasan dan informasi detail yang dibutuhkan Traveler.

3. Prinsip-Prinsip Jurnalistik Online

Dalam jurnalistik online pasti mempunyai prinsip dalam penyampaian berita disebuah website situs ataupun portal . berikut ini menurut paul bradshaw dalam basic principal of online journalism yang menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik online yang disingkat BASIC (Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation).

a. Keringkasan (Basic)

Dalam pembuatan berita dalam media online harus dituntut untuk bersifat ringkas kebutuhan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi.

Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin selalu mengikuti informasi yang terkini. Maka dari itu, jurnalisme online sebaiknya berisi tulisan yang ringkas saja. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kaidah bahasa jurnalistik dengan karakter dengan isi yang ringkas dan sederhana.

b. Kemampuan Beradaptasi (Adaptability).

Wartawan online dituntut agar mampu menyesuaikan diri ditengah kebutuhan dan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti dengan penyediaan format suara (audio), Video, gambar dan lain-lain suatu media online Web berita.

c. Dapat Dipindai (Scannability).

Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait dengan jurnalistik online hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.

d. Komunitas dan Percakapan (Comunity and Conversation)

Media online memiliki yang lebih besar dari pada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring komunikasi. Jurnalis online juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada public sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan publik tadi.

e. Interaktivitas (Interaktivity)

Komunikasi dari publik kepada kepada jurnalis dalam jurnalisme online sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca atau viewers dibiarkan untuk menjadi pengguna (user). Hak ini sangat penting karena semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.

Selain itu bisa dijadikan sebagai sarana komunikasi antara dari pihak admin dengan pembaca dan disitu pembaca bisa berkomentar atau bisa bertanya-tanya tentang web berita yang dikonsumsi

4. Analisis SWOT

Untuk metode analisis yang akan dipakai untuk analisis data yaitu dengan menggunakan metode SWOT yang terdiri dari analisis Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats. Analisis SWOT analisis kondisi Internal dan External (Rangkuti, 2016 :84)

- a. Kekuatan (Strengths) adalah kemampuan yang khas yang digunakan oleh organisasi untuk mendapatkan keunggulan di pasar.

- b. Kelemahan (Weaknesses) adalah hambatan atau kelemahan sumber daya, keahlian atau kemampuan yang lain yang dapat menjadi penghambat
- c. Peluang (Opportunity) adalah situasi yang paling menguntungkan dalam lingkungan yang bekerja organisasi. Jika tidak digunakan dan digunakan, maka peluang akan berubah menjadi hambatan Ancaman
- d. Tantangan (Threat) adalah faktor faktor luar yang negative

G. Metode Penelitian

1. Paradigma dan Jenis Penelitian

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 Salim (2006)

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. Metode penelitian kualitatif dalam Sugiyono (2011) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dibandingkan dengan generalisasi.

Sementara itu menurut Moleong (2007), penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasi atau tidak dapat diangkakan yang mana bersifat deskriptif. Hal ini membuat penelitian kualitatif tidak hanya berupa upaya mendeskripsikan data tetapi deskripsi tersebut hasil dari pengumpulan data yang valid, yaitu melalui wawancara mendalam, melakukan observasi dan dokumentasi. Alat pengumpulan data atau instrument peneliti sendiri yang langsung melakukannya dengan terjun langsung ke lapangan.

2. Sumber dan Jenis Data

Terdiri dari jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data primer, merupakan data yang membutuhkan observasi langsung ke objek penelitian untuk memastikan. Dalam hal ini merupakan Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi dan staf bidang redaksional. Sedangkan data Sekunder, merupakan data yang di peroleh langsung dari catatan atau dokumen DetikTravel dan KompasTravel.

3. Metode Pengumpulan Data

- a. Metode observasi yang digunakan adalah observasi sistematis. Observasi sistematis dilakukan secara wajar dan sebenarnya tanpa usaha untuk sengaja mempengaruhi, mengatur atau memanipulasi. Jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi partisipan, sehingga dapat mengumpulkan keterangan sebanyak banyaknya dalam lingkup penelitian (Britha Miklsen, 1999 : 128)
- b. Wawancara adalah proses percakapan dengan mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan yang diwawancarai (Burhan, 2001: 108). Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tak berstruktur yang dilaksanakan menggunakan pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan. Teknik wawancara tidak berstruktur maksudnya adalah pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan (Arikunto, 2006: 227). Tujuan diadakan wawancara adalah untuk mengecek ulang atas dokumentasi yang ada.
- c. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah foto-foto kegiatan peliputan berita, foto-foto kegiatan editing berita, naskah berita daerah, foto kegiatan peliputan, dapur redaksional DetikTravel dan KompasTravel. Data data dalam penelitian ini untuk mendukung data wawancara.

4. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data berdasarkan model analisa interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Analisis pada model ini terdiri dari empat komponen yang saling berinteraksi. yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (Sugiyono, 2007: 246).

- a. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data-data lapangan itu dicatat dalam catatan

lapangan berbentuk deskriptif tentang apa yang dilihat, apa yang didengar, dan apa yang dialami atau dirasakan. Catatan deskriptif adalah catatan data alami, apa adanya dari lapangan tanpa adanya komentar atau tafsiran dari peneliti tentang fenomena yang dijumpai. Dari catatan lapangan peneliti perlu membuat catatan reflektif. Catatan reflektif merupakan catatan dari peneliti sendiri yang berisi komentar, kesan, pendapat, dan penafsiran terhadap fenomena yang ditentukan berdasarkan fokus penelitian.

- b. Reduksi data adalah proses memilih pusat perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus-menerus selama penelitian berlangsung. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak diperlukan, dan menggolongkan data yang sesuai fokus permasalahan penelitian. Selama proses pengumpulan data reduksi dilakukan melalui pemilihan pemusatan, penyederhanaan, abstraksi, dan transparasi data yang diperoleh dengan menggunakan catatan tertulis di lapangan.
- c. Penyajian data Penyajian data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah berbentuk teks naratif dari catatan lapangan peneliti. Penyajian data adalah bagian dari tahapan untuk memahami apa yang terjadi dan apa yang harus dilakukan.
- d. Penarikan kesimpulan dan verifikasi berfungsi untuk menarik kesimpulan. Penarikan kesimpulan berusaha mencari makna dari komponen yang disajikan, selain itu penulis juga memberikan saran untuk kepentingan penelitian selanjutnya.

BAB II

PROFIL DETIK TRAVEL DAN KOMPAS TRAVEL

A. Profil Detik dan Detik Travel

1. Sejarah Detik dan Detik Travel

Detikcom diluncurkan pada 9 Juli 1998. Merupakan sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Detikcom merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, Detikcom hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, Detikcom merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (breaking news).

Detikcom yang didirikan Budiono Darsono (eks wartawan DeTik), Yayan Sopyan (eks wartawan DeTik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugrahadi. Pada awalnya kantor redaksi Detik.com berada di kawasan Lebak Bulus.

Proses peliputan masih menggunakan telepon umum dan langsung diredaksi. Budi Darsono yang bertanggung jawab sebagai Redaktur dan pengelola website sementara rekan lainnya sebagai wartawan di lapangan.

Pada mulanya server Detikcom sebenarnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun karena membutuhkan persiapan redaksi dan lain sebagainya, maka baru mulai daring dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Tanggal 9 Juli itu akhirnya ditetapkan sebagai hari lahir Detik.com

Detik pada awalnya berfokus pada peliputan berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Kejolak politik 1998 turut serta membesarkan peran Detik.com sebagai media daring atau online. Detik pun berfokus pada berita politik dan ekonomi hingga tahun 2000an. Baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, detikcom memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga.

Sejak tanggal 3 Agustus 2011, detikcom menjadi bagian dari PT Trans Corporation, salah satu anak perusahaan CT Corp. Seiring dengan akuisisi ini, Detik.com semakin berkembang termasuk melahirkan beberapa kanal baru salah satunya Detik Travel yang menjadi bagian dari berita lifestyle.

Penggunaan nama Detik sendiri merupakan harapan Detik.com dapat memberikan informasi kepada pembaca, setiap saat bahkan setiap Detik, oleh

karena itu yang dijual oleh Detik paling utama adalah Breaking news. Dari situlah kemudian tercetus keinginan membentuk detikcom yang update-nya tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak yang harian, mingguan, bulanan..

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.

Detik Travel menggunakan tagline di websitenya yaitu "Inspirasi Jalan-Jalan kemana aja". Detik Travel ingin memberikan inspirasi kepada para pembacanya untuk melakukan Traveling. Detik melihat Traveling ini sebagai dunia baru dan ada pasar pembaca yang besar disana. disamping trend Traveling tadi, orang butuh kabar positif, karena berita saat itu seputar kriminal dan politik yang besar. Detik Travel mencoba menghadirkan berita 'positif' untuk menghibur dan memberikan energi positif bagi pembaca

Detik.com saat ini sebagai media online dengan peringkat kedua terbesar di Indonesia setelah Tribunnews.com dalam menurut situs Alexa.com. Jumlah kunjungan pada website Detik.com rata-rata 5 juta *hits* (ukuran jumlah pengunjung ke sebuah situs) perhari dengan jumlah tampilan halaman rata rata 50 juta *pageview* (ukuran jumlah tampilan halaman berulang di sebuah situs). Sementara untuk Detik Travel 300 ribu *hits* dengan 1,2 juta *pageview* setiap harinya. Perkembangan ini cukup besar setiap tahunnya mengingat pada Juli 1998 situs Detikcom per harinya menerima 30.000 hits. Jumlah ini berkembang ratusan kali lipat sejak tahun pertamanya.

2. Kanal Detik Travel

a. Travel News

Merupakan liputan berita seputar informasi event atau kegiatan serta informasi yang berkaitan dengan penunjang kegiatan pariwisata. Liputan Travel news lebih bersifat pada informasi kegiatan atau event serta pengumuman yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata.

b. Destinations

Merupakan liputan khusus mengenai suatu terkait destinasi wisata, seperti destinasi wisata rekomendasi disuatu daerah. Memberikan rekomendasi

tempat menarik atau yang sedang viral disuatu daerah. Informasi disajikan dengan foto.

c. Itinerary

Merupakan liputan perjalanan yang dikemas dalam bentuk timeline, rekomendasi destinasi wisata yang dapat di eksplere dalam beberapa hari di suatu daerah. Itinerary memudahkan pembaca untuk menentukan destinasi wisata serta merencanakan tempat pariwisata apabila sedang berkunjung disuatu daerah.

d. DTravelers

Merupakan liputan dari para contributor yang mengirimkan cerita atau liputan kepada Detik Travel. Liputan ini atas inisiasi pembaca yang bergabung dalam portal DTravelers. Parat Dtravelers umumnya ingin membagikan pengalaman mereka kepada orang lain serta mempromosikan potensi daerah masing-masing.

e. Photo

Berita dalam bentuk foto slide dengan caption singkat, tidak berisi informasi yang cukup tapi bagus untuk memberikan gambaran visual suatu objek wisata. Liputan ini merupakan pelengkap liputan perjalanan dikanal lain. Dalam ketagori photo, pembaca dapat membayangkan kondisi destinasi wisata dengan visual, mengingat dalam liputan Travel jumlah photo dibatasi.

f. Video

Liputan yang dikemas dalam bentuk video singkat disertai text video maupun audio yang berguna memberikan informasi yang lebih. Liputan ini cocok untuk pembaca Detik yang malas membaca. Tampilan video dianggap praktis dan mudah di mengerti. Durasi video berkisar antara 1-5 menit.

3. Alamat Redaksi Detik & Detik Travel

Transmedia, Jl. Kapten Tendean, Mampang Prapat., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12790

4. Visi dan Sikap Operasional

a. Visi Detik

Menjadi perusahaan yang lebih besar dan menjadi pemain tunggal atau utama dalam industri periklanan online ataupun mobile industri.

b. Misi Detik

- 1) Menyajikan informasi yang akurat, rinci dan cepat kepada masyarakat - Tidak adanya perodesasi seperti harian, mingguan, bulanan seperti media cetak
- 2) lainnya. Ini menunjukkan Detik.com memberikan berita yang segar dan terpercaya
- 3) Mengupdate masyarakat untuk dapat lebih cepat mendapatkan berita atau informasi lainnya lewat internet *company profile* detik.com.

5. Manajemen dan Organisasi

Struktur Organisasi Detik dan Detik Travel

a. Detik

- 1) Direktur Pemberitaan : Adwan Dalimunthe
- 2) Pemimpin Redaksi : Iin Yumiyanti
- 3) Wakil Pemimpin Redaksi : Andi Abdullah, Ardhi Suryadhi, Elvan Dany
- 4) Kepala Peliputan : Ahmad Toriq, Triono Wahyu Sudibyo

b. Detik Travel

- 1) Redaktur Pelaksan : Fitriya Ramadhanny
- 2) Wakil Redaktur Pelaksan : Afif Farhan
- 3) Reporter : Johanes Randy, Kurnia Yustiana, Wahyu Setyo Widodo, Ahmad Masaul Khoiri

B. Profil Kompas dan Kompas Travel

1. Sejarah Kompas & Kompas Travel

Kompas.com diluncurkan pada 14 September 1995. Merupakan sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Kompas.com merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, Kompas.com hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, Kompas.com merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (breaking news). Sejak tahun 1995, Kompas.com menjadi bagian dari Kompas Gramedia.

Kompas.com adalah salah satu pionir media online di Indonesia ketika pertama kali hadir di Internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas Online. Mulanya, Kompas Online atau KOL yang diakses dengan alamat kompas.co.id hanya menampilkan replika dari berita-berita harian Kompas yang

terbit hari itu. Tujuannya adalah memberikan layanan kepada para pembaca harian Kompas di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi Kompas. Dengan hadirnya Kompas Online, para pembaca harian Kompas terutama di Indonesia bagian timur dan di luar negeri dapat menikmati harian Kompas hari itu juga, tidak perlu menunggu beberapa hari seperti biasanya.

Selanjutnya, demi memberikan layanan yang maksimal, di awal tahun 1996 alamat Kompas Online berubah menjadi www.kompas.com. Dengan alamat baru, Kompas Online menjadi semakin populer buat para pembaca setia harian Kompas di luar negeri. Melihat potensi dunia digital yang besar, Kompas Online kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis tersendiri di bawah bendera PT Kompas Cyber Media (KCM) pada 6 Agustus 1998. Sejak saat itu, Kompas Online lebih dikenal dengan sebutan KCM. Di era ini, para pengunjung KCM tidak lagi hanya mendapatkan replika harian Kompas, tapi juga mendapatkan update perkembangan berita-berita terbaru yang terjadi sepanjang hari.

Pengunjung KCM meningkat pesat seiring dengan tumbuhnya pengguna Internet di Indonesia. Mengakses informasi dari Internet kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari hidup kita sehari-hari. Dunia digital pun terus berubah dari waktu ke waktu. KCM pun berbenah diri.

Pada 29 Mei 2008, portal berita ini me-rebranding dirinya menjadi Kompas.com, merujuk kembali pada brand Kompas yang selama ini dikenal selalu menghadirkan jurnalisme yang memberi makna. Kanal-kanal berita ditambah. Produktivitas sajian berita ditingkatkan demi memberikan sajian informasi yang update dan aktual kepada para pembaca. Rebranding Kompas.com ingin menegaskan bahwa portal berita ini ingin hadir di tengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisme yang baik di tengah derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya.

Kompas.com saat ini sebagai media online dengan peringkat keempat terbesar di Indonesia setelah Tribunnews.com, Detik.com, Liputan6.com menurut situs Alexa.com (website yang melakukan pemeringkatan terhadap website diseluruh dunia). Jumlah kunjungan pada website Kompas Travel setiap bulannya rata-rata mencapai 5 juta *hits*.

2. Kanal Kompas Travel

a. News

Merupakan liputan/berita tentang informasi yang berkaitan dengan pariwisata secara umum. Informasi mengenai dampak pariwisata diberbagai sektor, target

wisatawan. Berita dari kategori news ini juga biasanya merupakan liputan kegiatan dari instansi dan kementerian terkait pariwisata serta informasi mengenai kegiatan travel fair atau perkembangan infrastruktur penunjang pariwisata.

b. Travel Story

Merupakan liputan dengan alur bercerita yang membahas keunikan suatu destinasi, biasanya dilengkapi dengan informasi yang cukup detail. Liputan yang lebih mirip diary perjalanan ini lebih detail dibanding berita yang ada di kategori lain. Wartawan atau contributor menuliskan pengalamannya dalam bentuk berita yang menarik sehingga pembaca bisa mengetahui detail perjalanan.

c. Food Story

Merupakan liputan atau berita tentang informasi kuliner yang ada disitu daerah, ulasan di sajikan dalam bentuk informatif dan singkat. Dilengkapi dengan foto, informasi tempat kuliner disajikan cukup detail mengenai lokasi, harga serta rasa. Food Story biasanya mengutamakan kuliner yang mempunyai keunikan atau yang memiliki nilai sejarah.

d. Hotel Story

Sebagai pelengkap informasi liburan bagi pembaca, Kompas Travel juga memberikan *review* mengenai hotel hotel yang unik dan menarik baik di Indonesia maupun di luar negeri. Informasi disajikan selengkap mungkin mulai dari lokasi, fasilitas, foto, serta suasana dan tentu harganya.

e. Travel Tips

Dalam melakukan traveling, biasanya ada beberapa hal yang dilupakan. Kompas Travel menyajikan informasi ini untuk membantu para traveller, tips yang berkaitan liburan mulai dari persiapan hingga saat liburan. Mengenai apa saja yang perlu di pertimbangkan untuk dibawa, keamanan dan banyak hal lainnya.

f. Ohayo Jepang

Kategori ini merupakan hasil kerjasama Kompas Travel dan Agensi Travel Ohayo Jepang. Berita yang dirilis berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan pembaca untuk berlibur ke Jepang dan sekitarnya. Berisi informasi tempat tempat menarik dan unik yang ada di Jepang, *trip plan* bagi wisatawan, *Travel Guide* serta *Daily News* mengenai Jepang. Artikel pada kategori ini disediakan salah satunya oleh Japan Walker dan di publish oleh Kompas Travel.

g. Foto

Kategori foto ini dikhususkan untuk menampilkan foto dari destinasi wisata, disertai *caption* singkat bertujuan memberikan gambaran visual mengenai destinasi wisata kepada para pembaca mengingat keterbatasan jumlah foto yang ada di kategori lainnya.

h. Video

Untuk melengkapi liputan wartawan biasanya juga melakukan dokumentasi video untuk di tampilkan di website. Durasi video antara 1-3 menit, disertai text pada video dan audio. Liputan video ini dilakukan oleh wartawan dan contributor daerah dan tetap melalui proses editing sebelum ditampilkan di website.

3. Alamat Redaksi Kompas & Kompas Travel

Gedung Kompas Gramedia, Jalan Palmerah Selatan 26-28
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 10270

4. Visi dan Sikap Operasional

a) Visi dan Misi

Menjadi Perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu, dan tersebar di Asia Tenggara melalui usaha berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan, dan adil sejahtera

b) Sikap Operasional

Dengan tagline Jernih Melihat Dunia, Kompas.com ingin memosisikan diri sebagai media yang selalu menyajikan informasi dalam perspektif yang obyektif, utuh, independen, tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan. Karena itu, Kompas.com tidak hanya menyajikan informasi terkini dalam bentuk berita hardnews yang update mengikuti nature-nya media online, tapi juga berita utuh dalam berbagai perspektif untuk menjelaskan duduknya perkara sebuah persoalan yang kerap simpang siur.

Tujuannya adalah memberikan layanan kepada para pembaca harian Kompas di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi Kompas. Dengan hadirnya Kompas Online, para pembaca harian Kompas terutama di Indonesia bagian timur dan di luar negeri dapat menikmati harian Kompas hari itu juga, tidak perlu menunggu beberapa hari seperti biasanya

5. Manajemen dan Organisasi

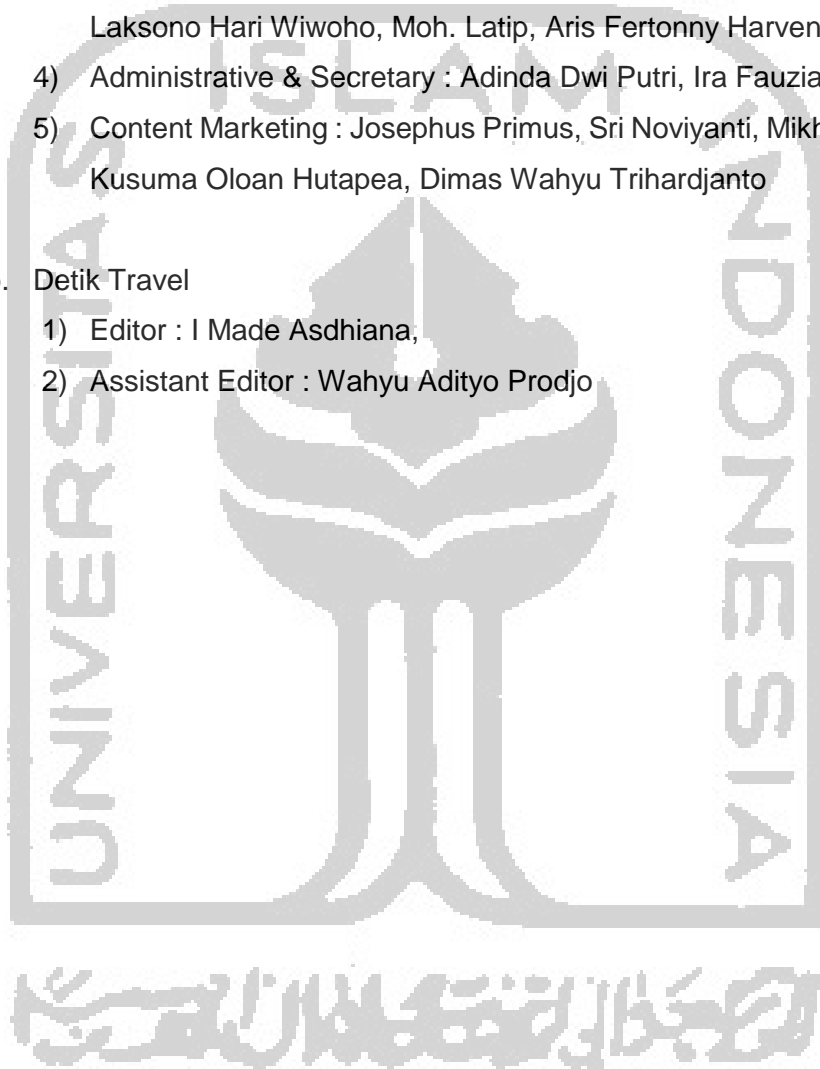
Struktur Organisasi Kompas dan Kompas Travel

a. Kompas

- 1) Editor in Chief :Wisnu Nugroho
- 2) Managing Editor : Amir Sodikin
- 3) Assistant Managing Editor : Johanes Heru Margianto, Ana Shofiana Syatiri, Laksono Hari Wiwoho, Moh. Latip, Aris Fertony Harvenda
- 4) Administrative & Secretary : Adinda Dwi Putri, Ira Fauziah
- 5) Content Marketing : Josephus Primus, Sri Noviyanti, Mikhael Gewati, Erwin Kusuma Oloan Hutapea, Dimas Wahyu Trihardjanto

b. Detik Travel

- 1) Editor : I Made Asdhiana,
- 2) Assistant Editor : Wahyu Adityo Prodjo



BAB III

TEMUAN PENELITIAN

A. Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Detik Travel

Dalam bab ini, peneliti akan menjelaskan hasil temuan penelitian serta observasi mengenai Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Pada Detik Travel dan Kompas Travel. Dalam Bab ini juga dijelaskan bagaimana kedua media online ini menerapkan manajemen redaksi serta analisis dari kedua media online ini dalam proses Manajemen Redaksional.

1. PAOC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling)

Dari Hasil penelitian wawancara dan observasi yang dilakukan, penulis melaporkan mengenai manajemen redaksional Detik Travel, yang sesuai dengan tema dan kerangka teori yakni sebagai berikut :

a. Planning (Perencanaan)

Perencanaan dibutuhkan untuk menentukan tujuan dari perusahaan atau media. Pada proses perencanaan redaksi harus bisa menjawab apa yang ingin di capai dan bagaimana melakukannya. Proses juga terjadi di Detik Travel, untuk memenuhi kebutuhan perencanaan redaksi, Detik Travel melakukan rapat redaksional. Rapat Redaksional yang digunakan oleh Detik Travel adalah harian dan periodik. Masing-masing memiliki lingkup, waktu dan tujuan yang berbeda.

Rapat redaksional periodik, dilakukan akhir tahun yang digunakan untuk menentukan capaian media ditahun berikutnya, berkaitan dengan apa yang harus dilakukan pada tahun berikutnya, apa yang sudah tercapai dan bagaimana perkembangan dari tahun sebelumnya. Rapat redaksional juga digunakan untuk menentukan *timeline* liputan untuk tahun berikutnya,

Selain rapat redaksional periodik, Detik Travel juga melakukan Rapat redaksional harian sebagai langkah awal sebuah media untuk merencanakan kegiatan, proses perencanaan ini dilakukan dengan berbagai cara. Detik Travel melakukan rapat redaksional harian sebagai bentuk perencanaan dan pengarahan harian. Rapat redaksional harian, merupakan arahan yang diberikan oleh Redaktur Pelaksana Detik Travel kepada wartawan, meliputin kegiatan harian, tema atau topik berita yang harus diliput serta penugasan untuk undangan kegiatan.

Rapat redaksional harian dilakukan melalui grup Whatapps, hal ini dilakukan untuk efisiensi waktu dan jam kerja wartawan. Dengan arahan dan koordinasi yang dilakukan melalui Grup Whatsapp, wartawan bisa langsung melakukan liputan atau kegiatan tanpa harus ke kantor redaksi Detik.

Penentuan topik berita di Detik Travel adalah langkah paling awal dalam proses manajemen redaksi pada Detik Travel. Penentuan topik merupakan panduan arah gerak bagi wartawan agar sesuai dengan visi misi media. Penentuan topik harus dipastikan sesuai dengan visi misi media dan tidak melanggar hukum serta berdasarkan news value. Secara teknis mekanisme penentuan topik dalam Detik Travel terbagai dalam 2 cara

Pertama, penentuan judul yang periodik misalnya dalam kegiatan. Penentuan judul juga dengan perencanaan periode sebelumnya, biasanya berkaitan dengan hari hari spesial seperti Hari Raya, Natal, Liburan, Maulid Nabi dan lainnya, tema telah ditentukan oleh redaksi. Tema-tema ini dipilih karena menyesuaikan kebutuhan pembaca pada momen tertentu.

Kedua, penentuan topik harian berbeda dengan periodik. Penentuan tema berasal dari Wartawan yang diajukan kepada Redaktur Pelaksana satu atau dua hari sebelumnya. Proses ini melibatkan redaktur pelaksana dan asisten redaktur untuk menyetujui tema dengan memperhatikan news value serta trend yang ada di pembaca.

“Wartawan membuat susunan perencanaan berita satu hari sebelumnya, untuk besok tentang apa nih , mau nulis tentang apanya misalnya. Disetor ke saya (redpel), lalu saya liat news valuenya. Saya juga kasih laporan ke redaktur detik. Lalu pagi hari baru briefing di grup WA, hari ini harus ngapain, berita apa yang harus di liput selanjutnya koordinasi jalan terus via mobile.”

Diungkap oleh Bapak Fitriya Ramadhanny, Penentuan topik pada Detik Travel adalah bagian untuk mencapai misi Detik Travel, memberikan alternative pemberitaan non politik mengingat saat awal berdiri dominasi pemberitaan terkait hard news, politik dan ekonomi. Detik Travel ingin menghadirkan pemberitaan yang menghibur serta memberikan energi positif.

“Kita ingin menularkan virus traveling ke semua orang, kita ingin mengajak pembaca untuk mengeksplore tempat di Indonesia dan

dunia. Traveling sudah menjadi gaya hidup, dulu kan sandang pangan papan, sekarang tambah jalan jalan. Kita lihat Traveling itu sebagai dunia baru dan ada pasar disana. disamping trend Traveling tadi, orang butuh kabar positif, karena berita saat itu seputar kriminal dan politik yang besar. Kita coba menghadirkan berita 'positif' untuk menghibur dan memberikan energi positif bagi pembaca”

Penentuan topic atau tema di Detik Travel harus mempertimbangkan komposisi ketagori berita yang ada di Website Detik Travel, peran redaktur adalah menyaring topic yang akan diangkat serta membagi porsi agar sesuai dengan kebutuhan redaksi. Detik Travel tidak menggunakan sistem penanggung jawab untuk setiap ketagori, menurut Redaktur Pelaksana adalah peran semua wartawan di redaksi Detik Travel untuk mengisi seluruh kategori di Detik Travel kecuali untuk ketagori D'Traveller yang memang diisi oleh para contributor atau pembaca.

Apabila kebutuhan redaksi berkaitan dengan liputan diluar negeri, selain mengirim wartawan Detik Travel biasanya juga melakukan pengutipan berita dari media travel luar negeri yang kredibel. Pengutipan berita ini juga mempertimbangkan trend yang sedang ada di Indonesia. Mengingat kebutuhan informasi masyarakat tidak hanya tentang informasi travelling didalam negeri tetapi juga di luar negeri.

Sebagai salah satu kanal yang bersifat softnews, Detik Travel memiliki keunggulan dalam penentuan topik. Berita yang di produksi oleh Detik Travel sebagian besar tidak memiliki masa 'kadaluarsa'. Hal ini memberikan keuntungan sekaligus kemudahan bagi wartawan untuk melakukan liputan. Pemilihan tema yang memiliki masa 'kadaluarsa' hanya untuk berita yang sifatnya momen, meskipun begitu berita tetap dapat dibaca dilain waktu. Pemberitaan Detik Travel berfokus pada memberikan informasi yang menghibur masyarakat atau dalam hal ini pembaca.

“Dari segi produksi, kita menghadirkan berita yang sifatnya fleksibel. Tujuan kita bukan sekedar uptodate tapi menghadirkan informasi yang positif bagi pembaca. Beda dengan berita news yang mengutamakan kecepatan, kalau detik travel yang penting news value. Berita kita fleksibel, dalam artian nggak akan basi.

Kita liput hari ini, publish minggu depan juga masih bisa dibaca atau berita minggu lalu dibaca minggu ini juga masih bisa”

Untuk menunjang kegiatan peliputan, wartawan diberikan fasilitas pendukung seperti smartphone dan laptop oleh perusahaan. Smartphone untuk mendukung proses koordinasi dan laptop untuk proses laporan dan penulisan berita. Fasilitas ini menjadi bagian dari wartawan yang dapat dimanfaatkan selama menjadi wartawan Detik Travel dan diperbaharui secara berkala. Perusahaan juga menyediakan fasilitas untuk mobilisasi seperti mobil tetapi tidak semua proses peliputan dapat menggunakan fasilitas ini.

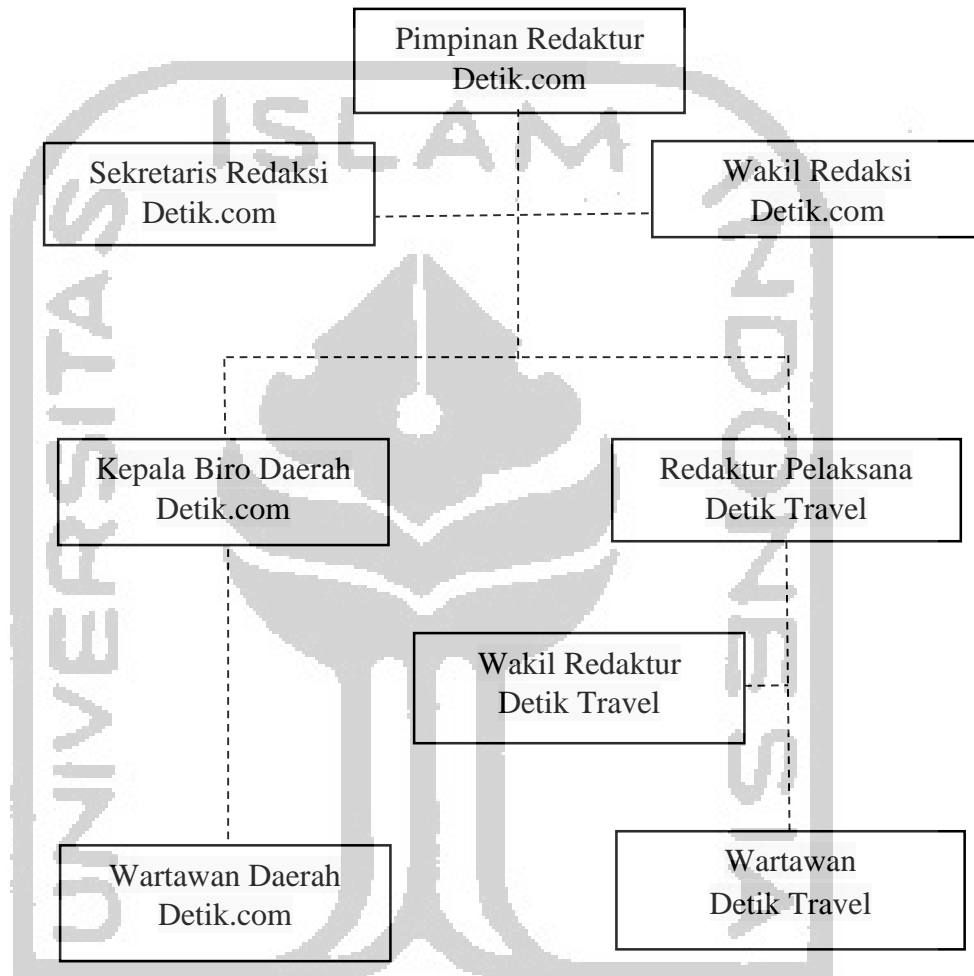
Memiliki beberapa kategori berita membuat pembagian tugas liputan perlu perencanaan yang baik agar berita disetiap kategori di Detik Travel dapat berimbang. Terdapat kategori berita seperti Travel News, Destination, Itinerary, untuk membuat berita yang berimbang Redaktur mempunyai peran penting dalam membagi tugas peliputan bagi wartawan. Redaktur setiap pagi memberikan tugas kepada wartawan melalui grup *Whatsapps*, hal ini disesuaikan dengan kebutuhan redaksi termasuk pembagian tugas liputan masing-masing kategori. Karena tidak memiliki penanggung jawab setiap kategori, maka peran redaktur pelaksana sangat penting dalam proses perencanaan ini.

Sebagai wartawan Travel, liputan luar kota merupakan hal yang rutin dilakukan. Liputan luar kota terbagi dalam dua jenis, pertama liputan yang bersifat undangan meliput suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah atau kementerian terkait. Untuk liputan ini, wartawan biasanya sudah diberikan fasilitas untuk penginapan, sehingga redaksi hanya perlu membeirkan fasilitas akomodasi pulang pergi kota tujuan atau menggunakan kendaraan perusahaan. Kedua, liputan yang di inisiasi oleh redaksi, wartawan dibekali biaya penunjang untuk akomodasi dan segala kebutuhan diluar kota.

Wartawan di Detik juga dituntut untuk bisa melakukan berbagai jenis berita, hal ini tidak lepas dari kondisi dilapangan yang tidak terduga. Wartawan Detik Travel sangat mungkin melakukan liputan untuk kanal lain jika berada disekitar tempat kejadian. Wartawan Detik Travel juga biasa melakukan liputan bersama dengan Wartawan Detik dari kanal yang berbeda karena suatu berita memiliki berbagai sudut pandang, termasuk sudut pandang dari Pariwisata.

b. Organizing (Pengorganisasian)

Selain perencanaan, dalam Manajemen Redaksional di Detik Travel juga membutuhkan pengelolaan stuktur organisasi dan pembagian tugas untuk menunjang kebutuhan redaksi.



Sebagai bagian dari Detik Travel, struktur organisasi Detik Travel tentu saja berada dibawah Redaksi Detik.com. Detik.com memiliki beberapa kanal, dan setiap kanal di pimpin oleh seorang Redaktur Pelaksana salah satunya Detik Travel. Redaktur Pelaksana bertanggung jawab atas apa yang terjadi di redaksinya masing-masing sehingga harus menjalankan peran sebagai *leader*. Selain itu juga Redaktur Pelaksana juga wajib memberikan pengarahan dan melakukan monitoring kepada kinerja wartawan redaksinya.

Detik Travel sebagai bagian dari Detik.com memiliki struktur seperti gambar diatas. Setiap kanal di Detik.com memiliki Redaktur Pelaksana. Setiap Redaktur Pelaksana melaporkan kegiatan kepada Pimpinan Redaktur mengenai berbagai hal. Redaktur Pelaksana adalah yang paling bertanggung jawab atas apa yang terjadi di masing-masing kanal. Setiap Redaktur Pelaksana biasanya memiliki beberapa wakil tergantung kebutuhan di setiap Kanal. Redaktur Pelaksana memiliki Tugas

Selain Redaktur Pelaksana di setiap kanal, Detik.com juga memiliki Kepala Biro di beberapa daerah seperti Jawa Timur, Jawa Barat dan Yogyakarta. Kepala biro ini bertugas untuk mengelola dan bertanggung jawab untuk liputan berita di daerahnya masing-masing. Setiap biro daerah memiliki beberapa wartawan yang bertugas meliput berita yang ada di daerah bironya. Liputan yang dilakukan wartawan daerah juga dapat berdasarkan permintaan dari Redaksi Pusat Detik.com atau Redaksi dibawah Detik.com sesuai dengan kebutuhan berita. Wartawan Biro Daerah dituntut untuk bisa melakukan liputan untuk semua jenis kanal di Detik.com seperti News, Politik, Ekonomi dan Travel.

Hal pertama dalam tahap pengorganisasian adalah perekrutan. Proses perekrutan di Detik Travel menggunakan dua cara, pertama recruitment akbar. Artinya proses perekrutan dilakukan oleh HRD bersamaan dengan redaksi lain atau divisi lain yang ada di Detik. Untuk recruitment yang sifatnya kondisional, sebagai contoh ketika detik travel memerlukan tambahan wartawan karena wartawan sebelumnya mengundurkan diri atau karena kebutuhan baru di tengah periode maka akan mengajukan kebutuhan kepada HRD yang selanjutnya akan ditindak lanjuti untuk memenuhi kebutuhan redaksi.

“Kalau untuk perekrutan wartawan di detik.com itu dengan 2 model, pertama pembukaan karyawan akbar biasanya untuk detik.com sekaligus nanti disesuaikan dengan kebutuhan setiap redaktur, lalu untuk yang kondisional biasanya pengajuan dari redaktur masing masing. Tapi semua melalui HRD, proses seleksinya lewat HRD baru kemudian di redaktur juga ada proses seleksi. Jadi 2 tahap juga”

c. Actuating (Pengarahan)

Pengarahan dalam arti manajemen yakni pengarahan kepada karyawan, termasuk dalam kegiatan peliputan dan produksi berita. Pengarahan ini penting untuk peningkatan kualitas media. Sebagai media dengan ruang lingkup nasional serta jumlah wartawan yang terbatas, pengarahan adalah salah satu tantangan bagi Detik Travel agar proses liputan dan produksi berita dapat maksimal.

Pengarahan tugas harian dilakukan melalui grup *Whatsapp*, setelah proses penentuan topik dilakukan oleh Redaktur, selanjutnya wartawan akan menerima topik atau tema yang diperbolehkan. Wartawan juga melaporkan rencana kegiatan harian kepada Redaktur untuk memudahkan pengawasan.

Setelah mendapat pembagian tugas harian ataupun penugasan, wartawan bergarak melakukan liputan. Jam liputan wartawan terbilang fleksibel, selama sesuai deadline produksi berita. Kegiatan di redaksi termasuk rilis berita dimulai pagi hari sekitar pukul 6 pagi dan berakhir paling lama pukul 12 malam. Berita dipublish 2-3 berita setiap jam. Dengan jam kerja yang fleksibel, wartawan diwajibkan memproduksi minimal 3 berita, hal ini untuk memenuhi kebutuhan berita di Detik Travel. Untuk wartawan yang mendapat tugas liputan di luar kota, mekanismenya juga hamper sama, berita harus dikirim langsung ke redaksi jika memungkinkan.

Selain melakukan liputan di sekitar Jabodetabek, wartawan juga melakukan liputan diluar kota. Liputan di luar kota biasanya berdasarkan undangan dari instansi swasta maupun pemerintahan untuk meliput suatu kegiatan ataupun atas inisiasi redaksi untuk meliput perayaan kegiatan tertentu disuatu daerah. Pembagian liputan ini sebelumnya telah dilakukan pada rapat redaksi. Untuk liputan diluar kota, Redaksi memfasilitasi akomodasi dan biaya lainnya sesuai kebutuhan wartawan.

Saat wartawan melakukan liputan berita diluar kota, jatah berita yang wajib di setor atau kewajiban liputan tetap harus dijalankan. Untuk mengatasi hal tersebut biasanya wartawan juga melakukan liputan terkait trend atau hal menarik didaerah tersebut. Berita yang telah ditulis, dapat langsung dikirim kepada redaksi melalui email termasuk penunjang seperti foto ataupun video. Selanjutnya proses penyuntingan dilakukan oleh redaktur atau asisten redaktur. Redaktur akan mengkonfirmasi apabila ada materi liputan yang dirasa kurang lengkap atau memerlukan verifikasi.

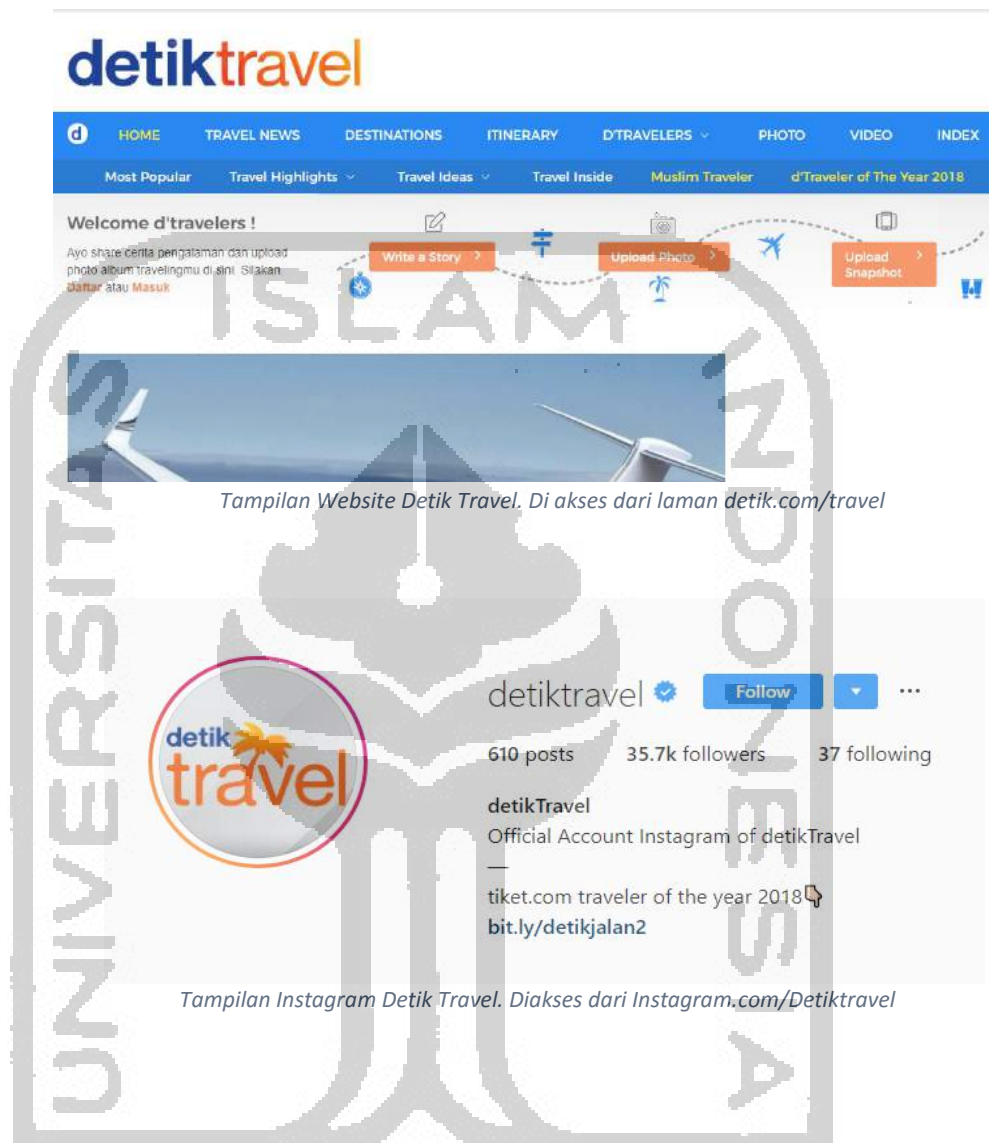
Karena merupakan bagian dari Trans Media, penugas wartawan Detik Travel tidak jarang disertai wartawan dari kanal lain bahkan media lain yang masih dalam jaringan Detik, salah satunya CNN. Setiap wartawan bertugas melakukan liputan sesuai dengan sudut pandang dan kebutuhan redaksi masing-masing. Sebagai contoh, wartawan Travel akan melakukan liputan terkait pariwisata, sedangkan wartawan News meliput tentang kegiatan tokoh politik terkait dan berlaku juga untuk wartawan dari kanal lainnya.

Jurnalisme Pariwisata mempunyai karakter yang berbeda dengan Jurnalisme berita news seperti politik, ekonomi dan kriminal. Detik memahami hal ini dalam pelaksanaan atau proses pengarahan wartawan, detik travel tidak mengutamakan kecepatan. Liputan Travel memberikan fleksibilitas kepada wartawan, berita yang diliput wartawan pada hari ini, tidak harus dirilis hari itu juga. Hal ini memberikan peluang bagi wartawan untuk menyajikan informasi yang detail dan lengkap.

Kalau di Detik Travel, rata rata minimal 3 berita sehari sih. Termasuk hasil liputan langsung atau berita kutipan dari website berita lain. Berbeda dengan news yang bisa belasan berita sehari. Kita lebih fleksibel. Aktifitas wartawan juga efektif dari pagi sampai sore, malam laporan atau kalau liputan tertentu laporan nggak harus hari itu juga nggak masalah kalau memang belum memungkinkan.

Sebagai media yang berbasis website atau biasa disebut media online, Pengelolaan website merupakan komponen utama dalam media ini. Mengingat Detik Travel masih merupakan bagian dari Detik.com maka pengelolaan website saat ini menjadi tanggung jawab tim IT Detik.com tetapi Redaktur dan

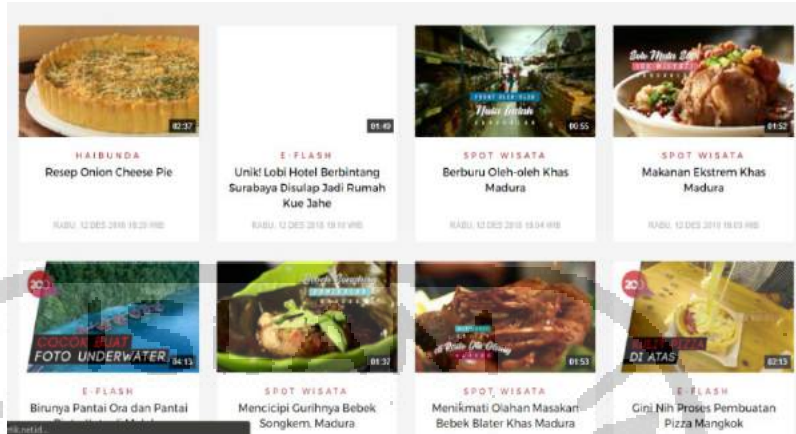
Wakil Redaktur diberi wewenang terhadap akses website, seperti upload berita, penyuntingan berita, dan penghapusan berita.



Tampilan Website Detik Travel. Di akses dari laman detik.com/travel

Tampilan Instagram Detik Travel. Diakses dari Instagram.com/Detiktravel

Untuk saat ini social media yang butuh pengelolaan khusus adalah Instagram. Mengingat sifat konten yang berbeda dan membutuhkan tambahan visual. Perlu ada keahlian khusus terkait penyuntingan gambar. Sementara untuk jumlah pengikut terbanyak ada di Twitter Detik Travel yang sudah ada sejak Januari 2011, tetapi untuk aktifitas di social media, Instagram dan Facebook adalah social media yang paling interaktif atau biasa disebut jumlah engagement terbanyak.



Tampilan Portal 20Detik. Diakses dari detik.com/20detik

Selain melakukan pengelolaan Sosial Media, Redaksi Detik Travel juga memiliki kewajiban untuk berkontribusi di portal video 20Detik milik Detik.com. Sehingga, untuk menunjang kebutuhan ini, wartawan juga di haruskan melakukan liputan dalam bentuk video. Kebutuhan konten untuk 20Detik di produksi oleh wartawan, dan untuk pengeditan serta publikasi dilakukan oleh tim redaksi 20Detik. Selain itu Detik Travel juga memiliki kategori berita dalam bentuk Video.

Kanal D'Traveler pada Detik Travel merupakan kanal yang di isi oleh pembaca, pembaca mengirimkan artikel melalui alamat email yang telah ditentukan oleh redaksi lalu akan dinilai oleh Redaksi Detik Travel. Kanal ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk para pembaca terlibat dalam proses penulisan berita selain itu hal ini juga bermanfaat untuk sumber berita bagi Detik Travel yang sebenarnya masih kekurangan jumlah Jurnalis. Tulisan pembaca yang lolos tahap verifikasi editor berupa penulisan, orisinalitas tulisan serta penggunaan foto yang baik akan dipublish di kanal D'Traveler di Detik Travel. Sementara itu untuk pengirim berita yang beritanya dipublish akan mendapatkan point yang bisa ditukarkan dengan hadiah menarik dari Detik Travel sesuai dengan stok yang tersedia saat itu.

d. Controlling (Pengawasan)

Kegiatan pengawasan dilakukan langsung oleh Redaktur Pelaksana, pengawasan dilakukan setiap hari. Pengawasan meliputi deadline hasil liputan

wartawan secara berkala. Pengawasan kepada wartawan di Detik Travel umumnya dilakukan melalui *mobile phone*, Redaktur akan melakukan *follow up* hasil liputan setiap harinya. Hal ini dilakukan kepada seluruh wartawan yang bertugas, baik di sekitar Jabodetabek ataupun luar kota.

Apresiasi lebih sering secara lisan, hal ini merupakan bentuk support kepada wartawan agar mempertahankan dan meningkatkan kinerja. Fasilitas juga disediakan dalam bentuk Smartphone, Laptop dan Kamera untuk memaksimalkan kinerja wartawan. Selain itu, dalam rangka apresiasi serta peningkatan kinerja wartawan redaksi Detik Travel rutin mengadakan *Travel Trip* bersama redaksi. Mengingat beban tugas wartawan tidak mudah maka wartawan perlu penyegaran.

“Ketika ada wartawan yang berhasil melakukan liputan ya saya apresiasi langsung. Ada juga reward kita kepada wartawan tapi periode tertentu misal 2-3 bulan sekali kita liburan atau trip bareng atau sejenisnya lah. Fasilitas yang disediakan juga merupakan bentuk reward kepada wartawan”

Selama proses peliputan, wartawan tentu tidak lepas dari kesalahan. Kesalahan yang biasa dilakukan wartawan Detik Travel masih dalam tahap wajar, seperti *typo* atau kesalahan penulisan. Untuk kesalahan dalam lingkup normal, biasanya hanya dilakukan teguran secara lisan, agar wartawan lebih teliti walaupun ada proses penyuntingan.

Sedangkan untuk pelanggaran berat, ketentuan yang di tetapkan oleh Redaksi biasanya diberikan SP terlebih dahulu sedangkan yang paling berat adalah diberhentikan tetapi mekanisme harus melalui rapat dewan redaksi. Selama Detik Travel ada, belum pernah ada yang diberhentikan karena melakukan pelanggaran berat. Hal ini dilakukan dengan pengarahan dan pengawasan yang maksimal.

B. Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata pada Kompas Travel

1. PAOC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling)

Dari Hasil penelitian wawancara dan observasi yang dilakukan, penulis melaporkan mengenai manajemen redaksional Kompas Travel, yang sesuai dengan tema dan kerangka teori yakni sebagai berikut :

a. **Planning (Perencanaan)**

Perencanaan dibutuhkan untuk menentukan tujuan dari perusahaan atau media. Pada proses perencanaan redaksi harus bisa menjawab apa yang ingin di capai dan bagaimana melakukannya. Wartawan didalam sebuah media bertugas membuat liputan hingga menjadi berita yang dapat di konsumsi publik. Untuk dapat memproduksi berita yang baik dan sesuai dengan misi media maka diperlukan perencanaan yang baik. Perencanaan ini meliputi banyak hal mulai dari penentuan tema atau topik, pembagian kerja termasuk strategi untuk melakukan liputan serta pedoman peliputan sesuai dengan visi misi media.

Perencanaan merupakan bagian penting bagi Kompas Travel untuk meningkatkan kualitas berita dan sesuai dengan misi Detik Travel untuk menghadirkan berita yang berkualitas dan informatif. Kompas Travel ingin menjadi pedoman bagi masyarakat untuk informasi pariwisata terbaik. Untuk mewujudkan misi ini, perlu perencanaan yang baik.

Gaya penulisan yang detail dan baku adalah salah satu patokan dalam membuat berita, dengan mengutamakan news value Kompas Travel tentu saja menyasar kalangan pembaca yang dapat menjadikan Kompas Travel sebagai referensi utama. Perencanaan awal di Kompas dimulai dengan menentukan tema berita periodik, tema di pilih dan ditentukan diawal periode berdasarkan perayaan atau moment yang sudah terjadwal.

Tahapan pertama dalam perencanaan di Kompas Travel adalah penentuan Topik atau Tema berita. Penentuan ini dilakukan dengan dua cara, periodik, harian dan undangan. Penentuan tema periodik, dilakukan dengan mengacu pada Kalender terkait hari besar, perayaan tertentu, ataupun kegiatan tertentu yang sudah diketahui sebelumnya. Sebagai contoh pada perayaan Bulan Ramadhan, maka liputan sudah direncanakan selama bulan Ramadhan, liputan akan lebih berfokus pada Kuliner Ramadhan serta destinasi wisata selama bulan Ramadhan. Hal ini juga berlaku untuk kegiatan tertentu seperti Asian Game, menjelang pagelaran Asian Game maka Kompas Travel memberikan informasi dalam berbagai frame dari kaca mata Kompas Travel.

Penentuan topik harian dilakukan dengan oleh Wartawan, mengajukan topik yang ingin di liput kepada Editor. Selanjutnya editor akan menimbang news value topik tersebut, berdasarkan trend yang ada di masyarakat, seberapa informatif dan penting untuk di liput. Jika topik disetujui, editor akan

memberikan pengarahan kepada wartawan untuk melakukan liputan. Selain itu penentuan topik juga dapat dilakukan dalam karena undangan dari institusi, pemerintah daerah dan kementerian terkait. Wartawan Kompas Travel bisa melakukan liputan kegiatan tertentu karena ada undangan yang berkaitan dengan kegiatan atau informasi pariwisata.

Rapat Redaksi Harian merupakan salah satu cara untuk memaksimalkan proses perencanaan yang ada di Kompas Travel. Dengan kegiatan liputan yang dominan diluar kantor dan jumlah wartawan yang tidak banyak, Editor hanya melakukan Rapat Redaksi harian melalui grup *Whatsapp*. Proses ini meliputi diskusi terkait tema atau topik berita, serta penugasan liputan. Wartawan juga melaporkan rencana kegiatan harian apabila melakukan liputan agar Editor tetap bisa memonitor gerak wartawan.

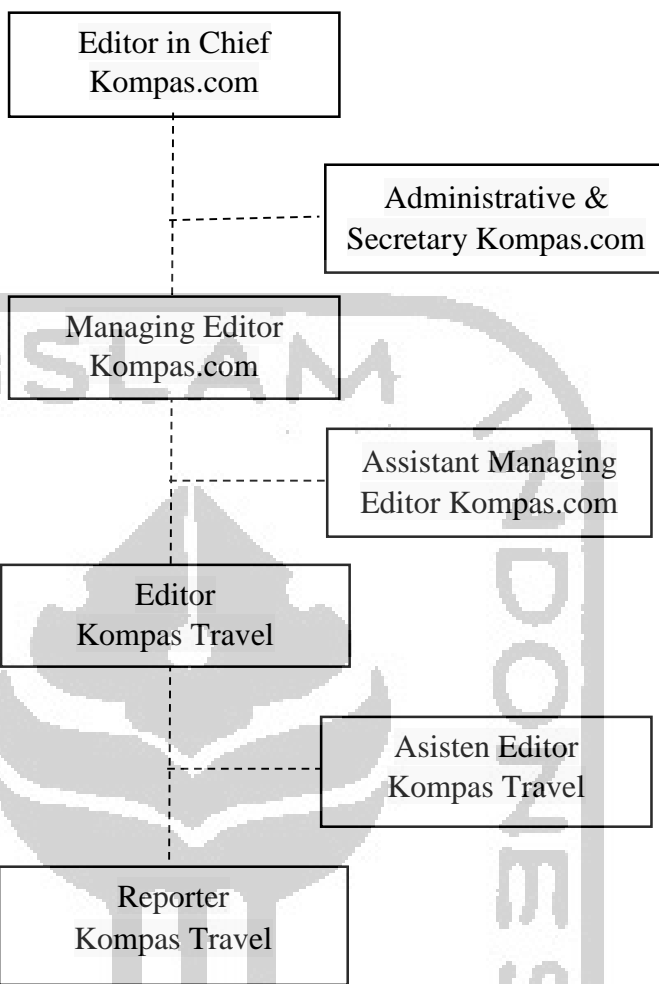
Rapat Redaksi periodik pada Kompas Travel tidak memiliki waktu berjangka, hanya dilakukan sesuai kondisi dan kebutuhan. Penerapan Rapat Redaksi secara Periodik memiliki kendala yang hampir sama dengan rapat redaksi harian. Sulit untuk menemukan waktu yang cocok menjadi kendala utama serta kegiatan wartawan yang dominan diluar kantor bahkan diluar kota.

Kompas.com merupakan bagian besar dari KG atau Kompas Grup, media yang termasuk dalam jaringan ini adalah Antara News dan Tribun. Kompas Travel pun sering saling mengutip berita yang kemudian di publikasikan ulang ke Kompas Travel. Selain itu Kompas Travel juga bisa mengutip berita dari Luar Negeri selama berita dianggap kredibel, tetapi sangat jarang dilakukan. Hal ini memberikan kemudahan dan tambahan referensi berita.

Untuk melengkapi bagian sebagai pusat informasi bagi masyarakat berkaitan dengan kegiatan pariwisata, Kompas Travel juga memberikan informasi mengenai tiket murah. Informasi ini dianggap penting dan banyak dicari oleh masyarakat, sehingga Kompas Travel memiliki kolom berita tersendiri yaitu Promo. Meskipun menolak dianggap sebagai bagian dari editorial.

b. Organizing (Pengorganisasian)

Struktur Organisasi



Kompas Travel awalnya lahir dengan seorang Editor, kemunculan Kompas hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita hiburan. Proses perekrutan wartawan melalui peran HRD, perekrutan dilakukan berdasarkan permintaan setiap editor redaksi di Kompas.com. Selama ini proses perekrutan dilakukan sistem kontrak berjangka untuk tahap pertama. Kontrak dipilih untuk menilai kinerja wartawan sebelum di angkat menjadi wartawan tetap.

“Dari redaktur mengajukan ke pemred baru kita mengajukan ke HR, butuhnya apa nih, nanti HR yang urus. Lalu setelah HR seleksi, kita user juga menyeleksi. Jadi wawancaranya bertahap. Ada juga magang, rata-rata 3 bulan, itu mengajukan ke HR juga tapi langsung penempatan ke desk travel”

Meskipun Kompas Travel merupakan bagian dari Kompas Grup, tidak membuat Kompas Travel memiliki banyak wartawan. Saat ini 6 orang, 1

editor, 2 asisten editor, lalu 3 wartawan, bahkan dari tahun 2011 hingga 2016 jumlah wartawan hanya 3 terdiri dari Editor, Asisten Editor dan satu orang wartawan. Hingga saat ini jumlah wartawan ini dirasa cukup untuk sekadar memenuhi kebutuhan redaksi tetapi masih kurang jika melihat potensi berita yang dapat diangkat saat ini terutama di bidang Pariwisata.

“Kalau liat loot sekarang sih kurang sih, dengan sebesar ini harusnya bisa lebih banyak yang dioptimalkan kalau mau lebih, dari segi kualitas konten, quantity kalau misalnya ada tambahan reporter”

Proses perekrutan di Kompas Travel menggunakan recruitment melalui HRD. Artinya proses perekrutan dilakukan oleh HRD bersamaan dengan redaksi lain atau divisi lain yang ada di Kompas. Sistem yang digunakan untuk pertama adalah kontrak. Hal ini dilakukan untuk melihat kinerja wartawan sebelum di tetapkan menjadi wartawan tetap. Kontrak biasanya dilakukan setahun dan akan ditinjau untuk menjadi wartawan tetap. Kontrak tidak akan lebih dari dua tahun, mengingat aturan yang ditetapkan Kementerian dua tahun.

Selain itu Kompas Travel juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa tingkat akhir untuk melakukan magang di Kompas Travel, proses penerimannya pun melalui HRD dan akan dibimbing oleh wartawan. Waktu minimal untuk magang adalah 3 bulan. Penerimaan magang ini untuk melatih lebih banyak mahasiswa tertarik dan mengerti bagaimana praktik dunia kerja wartawan khususnya wartawan travel.

c. Actuating (Pengarahan)

Rapat redaksi harian di Kompas Travel tidak harus dilakukan dengan tatap muka, hal ini dikarenakan jumlah wartawan yang sedikit dan jam kerja yang fleksibel serta pembagian tugas wartawan ke luar kota untuk melakukan liputan atau memenuhi undangan kegiatan. Rapat redaksi harian hanya dilakukan melalui grup *Whatsapp*. Proses pengarahan dimulai dengan memberikan pembagian kerja kepada wartawan berkaitan dengan isu yang akan di liput atau pembagian tugas lainnya seperti undangan atau kegiatan redaksi.

Jam kerja di Kompas Travel terbilang fleksibel, artinya tidak ada jam kerja yang mengikat selama penugasan dilaksanakan dan deadline tulisan

tercapai. Wartawan di Kompas Travel pada umumnya bisa bekerja tanpa terikat waktu tetapi di lain sisi juga dapat bekerja diluar jam kerja. Sebagai contoh melakukan liputan siang atau sore hari, kemudian membuat laporan di lakukan malam hari. Hal ini pun bisa dilakukan dimana saja tanpa terikat absensi kantor.

Wartawan memiliki kewajiban untuk menuliskan 4 berita dalam sehari. Apabila tidak tercapai maka wartawan berkewajiban membayar 'utang' berita di kemudian hari. Pola kerja ini dirasa menguntungkan bagi wartawan dan redaksi, wartawan tidak harus ke kantor redaksi setiap hari dan waktu untuk melakukan liputan dapat maksimal, tetapi dilain sisi pengawasan dan control yang dilakukan oleh Editor perlu dilakukan lebih maksimal.

Untuk memenuhi redaksi, Kompas Travel menargetkan 15 berita setiap hari dengan waktu rilis rata rata satu berita setiap jam. Berdasarkan temuan di website jadwal rilis berita diwebsite Kompas Travel sendiri bervariasi, dengan rata-rata satu jam sekali tetapi lebih sedikit diakhir pekan.

Kompas Travel memiliki prinsip sebagai pusat informasi dan paduan pariwisata bagi pembacanya, oleh karena itu berita yang dirilis oleh wartawan disajikan minimal terdiri dari 5 paragraf atau lebih, menggunakan kalimat yang baku termasuk untuk sapaan kepada pembaca, lalu menggunakan foto yang menarik dan informatif. Karakter ini menjadi pedoman wartawan dalam melakukan liputan dan menulis berita.

"Untuk jumlah paragraf nggak ada minimal atau ketentuan tertulis, tapi sepengalaman saya sih minimal 5 paragraf. Soalnya tampilan kita agak renggang jadi 2 baris kalimat paragraf baru. Nggak ada pakem, apalagi travel. Kalau news misal ada news bom, satu paragraf jadi konfirmasi polisi jadi"

Dalam proses peliputan wartawan di lapangan tidak menutup kemungkinan Wartawan Kompas mendapat tugas untuk meliput berita news atau kebutuhan kanal lain, hal ini biasanya dilakukan karena kondisi tertentu menyesuaikan keadaan di lapangan dan permintaan redaksi. Wartawan Travel jika sedang berada disekitar atau didekat sumber berita maka sudah memiliki insting untuk melakukan liputan untuk kebutuhan redaksi seperti news. Selain itu kebutuhan wartawan news biasanya akan sangat dapat ketika menjelang peristiwa politik atau negara maka wartawan travel bisa berperan untuk membantu melakukan liputan.

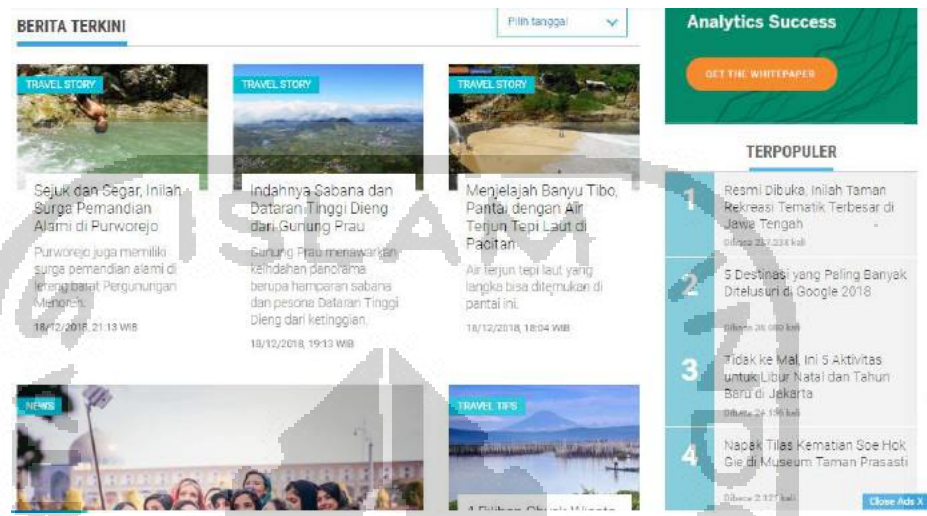
Wartawan Kompas Travel juga sering melakukan liputan berita yang ada diluar Jabodetabek, liputan ini umumnya berdasarkan undangan untuk melakukan liputan event tertentu yang diadakan pemerintah ataupun pihak swasta. Proses ini tentunya ada karena jaringan dibangun oleh Kompas Travel kepada banyak pihak yang dianggap sebagai potensi memberikan sumber berita. Pengarahan kepada wartawan yang dilakukan diluar kota, melalui *handphone* baik *whatsapp* atau telepon. Pengarahan ini untuk memastikan wartawan berjalan dengan baik dan sesuai arahan.

Wartawan yang melakukan liputan di luar kota, diarahkan untuk memanfaatkan kesempatan untuk melakukan berbagai liputan yang berkaitan dengan travel di daerah tersebut. Hal ini menjadi stok berita bagi wartawan. Sifat Jurnalisme Pariwisata memberikan keuntungan bagi wartawan untuk melakukan liputan tanpa dikejar kecepatan rilis, wartawan dapat melakukan liputan hari ini dan berita dapat dirilis beberapa hari setelahnya. Kecuali untuk liputan yang bersifat laporan kegiatan atau *event* tertentu, wartawan dituntut untuk segera mungkin menyetorkan berita kepada Redaktur.

Selama proses peliputan tentu saja wartawan tidak lepas dari berbagai kesalahan. Kesalahan yang paling sering terjadi terkait redaksi, seperti *typo* atau kesalahan penulisan terutama untuk liputan yang berkaitan dengan, komposisi foto serta kelengkapan informasi. Terkait *typo* biasanya akan di sunting oleh editor. Kompas Travel mengadopsi gaya penulisan yang baku termasuk untuk penggunaan judul. Sebagai pedoman, Kompas mengadopsi penggunaan EYD menjadi perhatian utama dalam proses penyuntingan. EYD dianggap sebagai bagian menyajikan informasi yang baik kepada para pembaca. Selain itu terkait foto biasanya jika liputan belum atau foto kurang baik, maka digunakan ilustrasi untuk sementara waktu lalu kemudian di sunting kembali ketika foto dinilai sudah layak dipublikasi atau tidak mengandung unsur yang berpotensi kearah SARA. Hal ini seringkali menjadi perhatian editor, kesalahan kecil namun penting. Untuk kesalahan seperti ini, wartawan biasanya diberi teguran langsung sebagai evaluasi untuk wartawan dikemudian hari.

Walaupun Kompas Travel merupakan media online yang termasuk kategori lifestyle, tidak menutup kemungkinan ada pihak yang merasa keberatan dengan berita yang diterbitkan oleh Kompas Travel. Keberatan ini biasanya berkaitan dengan data atau konfirmasi. Contohnya saat Kompas Travel merilis berita terkait target jumlah wisatawan dari Kemepar, langkah yang diambil

adalah menulis berita dengan sumber data yang berbeda ataupun merevisi kesalahan data atau penulisan pada berita.



Tampilan Website Kompas Travel.

Sebagai Media Online, pengelolaan dan perawatan website menjadi peran vital. Kompas Travel yang merupakan bagian dari Kompas.com tentu saja memberikan kemudahan untuk pengelolaan website karena pengelolaan Website dilakukan oleh IT Kompas.com. Meskipun pengelolaan system Travel diberikan akses penuh untuk publikasi berita dan penyuntingan berita. Setiap perubahan interface atau system website akan di handle oleh Tim IT.

Selain Website, pengelolaan Sosial Media cukup menjadi perhatian bagi Kompas Travel. Kompas Travel cukup aktif di sosial media seperti Instagram, Facebook dan Twitter. Pengelolaan social media saat ini dihandle oleh tim Kompas Travel, termasuk untuk posting dan layanan informasi. Penggunaan social media memiliki peran penting dalam meningkatkan *engagement* dan trafik website.

d. Controlling (Pengawasan)

Kegiatan pengawasan Kompas Travel diawasi langsung oleh Editor, yang selanjutnya berkoodinasi dengan Redaktur Kompas.com. Dalam pengawasan, editor memonitor perkembangan harian wartawan melalui

Whatsapps Grup kepada seluruh wartawan yang bertugas di lapangan ataupun secara langsung apabila wartawan berada di kantor.

Pengawasan yang dilakukan oleh Redaktur Pelaksana guna memastikan wartawan tidak mengalami masalah saat melakukan liputan dilapangan, ataupun mencegah terjadinya masalah. Pengawasan wartawan dilapangan, juga memiliki peran dalam koordinasi antara wartawan dilapangan sehingga tidak hanya antar redaktur kepada wartawan dan sebaliknya tetapi juga antar wartawan.

Rapat Redaksi di Kompas Travel tidak memiliki jadwal periodik, rapat redaksi lebih bersifat karena alasan kondisional terkait hal. Dengan pertimbangan jumlah wartawan redaksi Kompas Travel yang hanya 1 editor, 1 asisten editor, 5 wartawan serta kegiatan wartawan yang dominan diluar kantor bahkan diluar kota, rapat redaksi memiliki kendala waktu. Atas dasar inilah pengawasan diutamakan melalui *Whatsapp* grup.

Dengan beban kerja yang tinggi, perusahaan tentu saja memberikan apresiasi kepada wartawan jika kegiatan redaksi berjalan dengan baik dan sesuai target. Apresiasi dirasa perlu oleh Kompas sebagai penghargaan kepada kinerja wartawan dan upaya peningkatan kualitas. Bentuk reward yang dipilih Kompas adalah dengan memberikan bonus dalam bentuk uang agar bisa dimanfaatkan oleh wartawan. Reward ini diberikan secara periodik bulanan dan tahunan.

Setiap wartawan diuntut untuk profesional, setiap kesalahan yang dilakukan oleh wartawan akan mendapat teguran lisan untuk kesalahan yang bisa ditoleransi dan tidak berkaitan dengan profesionalitas sebagai wartawan seperti kesalahan dalam proses penulisan. Apabila wartawan melakukan kesalahan yang melanggar sifat profesionalitas sebagai bagian dari pers maka akan di selesaikan melalui rapat dewan redaksi. Kompas Travel sendiri berkomitmen untuk mengindari pelanggaran serius oleh wartawannya, selama berdiri belum pernah ada wartawan yang melakukan pelanggaran serius.

Pembaca merupakan tujuan utama dari Kompas Travel, oleh karena itu beberapa langkah dilakukan untuk menjalin relasi dan komunikasi dengan pembaca, tidak hanya melalui online tetapi juga kegiatan offline seperti workshop, talkshow dan diskusi publik. Kegiatan seperti ini penting untuk menjalin relasi dan hubungan dengan pembaca termasuk sebagai wadah saran dan masukan untuk Kompas Travel.

“Kompetisi, lalu workshop, talkshow, atau berbentuk reward. Terakhir diskusi, lebih ke event offline mengundang siapa yang ahli dibidang itu. Rencana sebulan sekali, tapi dilapangan kan ada evaluasi ada kendala lalu tergantung sama sponsorship. Untuk yang personal juga paling sering kita dipanggil sebagai pembicara untuk topik topik travel”

Selain menjalin relasi dengan pembaca, Kompas Travel juga berkomitmen untuk menjalin komunikasi dengan sumber berita seperti Kementerian Pariwisata, Dinas Pariwisata, ataupun Instansi daerah yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata. Hal ini penting untuk mengingat visi Kompas Travel sebagai pusat informasi public berkaitan dengan kegiatan pariwisata. Hubungan dan koordinasi yang baik akan menjadi sumber berita yang baik bagi masyarakat. Menjaln relasi dilakukan dengan berbagai cara dan metode, sharing diluar jam kerja, memenuhi undangan kegiatan, serta ikut dalam berbagai kegiatan diskusi juga merupakan cara untuk menjalin hubungan dengan berbagai pihak.



BAB IV PEMBAHASAN

A. Analisis Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata Detik Travel

Sub Bab ini untuk mengetahui analisis terhadap Manajemen Redaksional, Penerapan Unsur Jurnalisme Perjalanan, Faktor Pendukung dan Penghambat, serta Analisis SWOT pada Manajemen Redaksional Detik Travel.

1. Analisis Manajemen Redaksional pada Detik Travel

Sub Bab ini untuk mengetahui analisis terhadap manajemen redaksional yang meliputi Tahap Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Pengawasan.

a) Tahap Perencanaan

Menurut hasil penelitian yang dilakukan, Detik Travel melakukan perencanaan setiap periode untuk menentukan arah gerak pada periode berikutnya, menentukan perencanaan berita yang akan diliput untuk periode berikutnya. Rapat Redaksi bulanan juga dilakukan untuk memberikan arahan dan rencana dibulan berikutnya serta persiapan jika memiliki kegiatan yang akan dilakukan. Selain itu, rapat redaksional harian melalui grup Whatapps juga dilakukan untuk mentukan berita harian, memberikan pengarahan kepada wartawan, arahan ini berguna bagi wartawan untuk melakukan liputan harian baik didalam kota maupun diluar kota. Redaktur pelaksana bertugas memimpin rapat redaksional baik periodik, bulanan atau harian. Menurut Junaedi (2014 :38) Perencanaan dalam manajemen media menyangkut apa yang harus dilakukan di masa mendatang, bagaimana hal tersebut harus dilakukan, serta siapa yang seharusnya melakukan hal tersebut dan kapan hal tersebut harus dilakukan di masa mendatang.

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*.

Karena merupakan bagian dari Detik.com, wartawan Detik Travel juga harus siap dengan kemungkinan melakukan liputan untuk kebutuhan selain kanal travel, meskipun sangat jarang. Fleksibilitas wartawan detik terutama saat berada diluar

daerah, membuat kemungkinan ini ada. Wartawan Detik Travel harus siap melakukan liputan mendadak untuk kebutuhan kanal lain, tentunya atas arahan Redaksi. Hal sebaliknya pun terjadi, wartawan diluar kanal Detik Travel juga dapat memberikan berita untuk bagi Detik Travel. Pola saling melengkapi ini merupakan efek positif dari bagian besar Trans Media, perusahaan yang maungi beberapa media termasuk Detik.com.

b) Tahap Pengorganisasian

Hasil penelitian yang dilakukan, pengorganisasian di Detik Travel melibatkan HRD (*Human Resources Departement*) dari Detik.com. Peran pengorganisasian dalam Detik.com sangat penting sehingga harus dilakukan dengan baik, termasuk proses perekrutan wartawan melalui seleksi HRD dan Redaktur Pelaksana setiap kanal. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kualitas Sumber Daya Manusia yang kurang baik. Detik Travel sendiri hanya memiliki 9 orang yang bekerja didalam tim, termasuk Redaktur Pelaksana, Asisten Redaktur.

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.

Pada Detik Travel tidak menggunakan system penanggung jawab untuk setiap kategori berita, sehingga seluruh kategori merupakan tanggung jawab bersama oleh karena itu diperlukan pembagian kerja liputan. Pembagian kerja wartawan pada Detik Travel dilakukan oleh Redaktur Pelaksana, melalui pembagian ini wartawan akan memahami peran dan fungsi kerja harian serta membuat liputan menjadi efisien dalam arti tidak ada wartawan yang melakukan liputan terkait hal yang sama, selain itu juga untuk menjaga ritme publikasi setiap berita.

c) Tahap Pelaksanaan

Fungsinya ketiga dari manajemen redaksional adalah bagaimana Redaktur Pelaksana memberikan pengarahan dan memastikan wartawan melakukan kewajiban sesuai yang telah direncanakan. 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.

Wartawan Detik Travel harus selalu memahami prinsip Detik Travel sebagai inspirasi Travel bagi pembaca, oleh karena itu dalam proses penentuan topik dan berita, Redaktur Pelaksana akan mengutamakan berita yang bertujuan memberikan inspirasi bagi pembaca. Karena prinsip itu Detik Travel sangat jarang mempublikasi bad news dalam bentuk kritik terhadap penyelenggaraan wisata. Bad News di Detik Travel adalah 'kritik' yang fenomena negative sebagai contoh beritanya yang dirilis pada 23 Januari 2019 terkait Fenemena Sampah di Pantai Kuta namun dalam narasi lebih menekankan pada efek cuaca dan ombak yang membawa sampah ke pantai.

Liputan wartawan travel, tak jarang dilakukan diluar kota memerlukan pengarahan yang spesial. Wartawan yang melakukan liputan diluar kota harus selalu melakukan koordinasi dengan Redaktur, baik progress maupun kendala yang dihadapi. Pengambilan setiap keputusan yang terjadi dilapangan harus dengan sepengetahuan Redaktur Pelaksana. Dalam proses *outputnya*, wartawan harus memperhatikan sistematika penulisan dan memperhatikan apakah berita sudah berisi informasi yang cukup bagi pembaca. Wartawan diwajibkan menulis 3 berita setiap harinya, termasuk untuk liputan langsung, liputan disekitar Jabodetabek, liputan luar kota ataupun berita kutpian. Tahap penyuntingan dilakukan oleh Redaktur dan Asisten redaktur dari Detik Travel untuk memperbaiki tulisan yang telah ditulis oleh wartawan sehingga tidak ada salah ketik (*typo*) dan memastikan data yang ada sudah sesuai.

Selain itu Detik Travel juga mempunyai kanal D'traveler yang memberikan kesempatan untuk para pembaca berperan sebagai contributor. Para pembaca dapat mengirimkan berita melalui kanal D'Traveler sesuai dengan aturan tertulis yang telah di cantumkan di website. Setelah mengirimkan berita, akan direview oleh editor untuk selanjutnya di tentukan apakah bisa dimasukkan ke Detik Travel, dengan perbaikan atau tidak atau ditolak. Jika berita liputan berhasil diterbitkan di Detik Travel maka contributor akan mendapatkan point yang dapat ditukarkan dengan merchandise.

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 hampir 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.

Menurut Junaedi (2014:46), pengawasan atau evaluasi memiliki peran penting dalam kegiatan manajemen media. Proses ini sejatinya melekat pada semua proses manajemen redaksi, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan. Selain pengawasan, wartawan yang telah menjalankan kegiatan redaksi juga diberikan reward dan punishment. Reward diberikan dalam bentuk apresiasi langsung kepada wartawan yang memiliki kinerja yang baik ataupun kepada seluruh tim redaksi jika kegiatan redaksi selama periode tertentu berjalan dengan baik. Detik Travel memahami beban kerja wartawan yang cukup berat selama melakukan liputan, reward yang diberikan oleh Detik Travel biasanya berkaitan dengan pengembangan diri dan refreshing untuk mengurangi beban wartawan. Selain itu reward ini juga diharapkan dapat memperkuat kinerja tim. Punishment juga diberikan apabila diberikan wartawan melakukan kesalahan, baik ringan maupun berat. Kesalahan ringan diberikan punishment dalam bentuk teguran langsung ataupun tertulis, sedangkan untuk pelanggaran berat akan diserahkan kepada Dewan Redaksi. Pengambilan keputusan untuk pelanggaran berat harus melibatkan Dewan redaksi Detik karena Detik Travel merupakan bagian dari Detik.com.

2. Penerapan Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel

Sejak awal berdiri Detik Travel tidak memiliki pedoman yang lugas mengenai Konsep Jurnalisme Pariwisata yang akan digunakan. Penerapan dan model Jurnalisme Perjalanan memberi peran untuk menentukan bentuk liputan, pengorganisasian serta ciri khas sebuah media perjalanan. Menurut Hanusch (2010), Jurnalisme Pariwisata memiliki empat dimensi sebagai landasan, yaitu

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. 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.

Potensi sumber berita berkaitan dengan budaya, adat dan masyarakat ini tentu diangkat oleh Detik Travel, beberapa judul berita yang spesifik membahas mengenai kehidupan masyarakat adat. sebagai contoh berita yang berjudul "Potret sisi lain di Desa Baduy, Banten", menggambarkan bagaimana kehidupan masyarakat suku Baduy dalam mengolah pangan sebagai bagian dari tradisi. "Melihat Lebih Detik Suku Rumah Pohon dari Papua" yang menggambarkan budaya suku Rumah Pohon di Papua tentang bagaimana fungsi dan peran rumah pohon bagi masyarakat suku tersebut. Mengingat tidak semua masyarakat Indonesia tinggal di rumah pohon, maka hal ini menjadi pengetahuan baru bagi pembaca dan merepresentasikan budaya asing.

Tidak hanya tentang Budaya dan adat di Indonesia, beberapa budaya dan adat unik di luar negeri pun menjadi pemberitaan Detik seperti liputan yang berjudul "Kebiasaan Orang Finlandia, Berenang di Air Es" yang menceritakan mengenai kebiasaan masyarakat Helsinki, Finlandia yang mempunyai kebiasaan melompat di lubang es di danau. Hal ini tentu tidak akan terjadi di Indonesia tetapi Detik Travel menganggap informasi ini sebagai bagian dari memperkenalkan berbagai macam budaya unik dan berbeda kepada pembaca.

Representasi Budaya Asing tidak hanya dapat dipahami dalam konteks adat dan suku tetapi juga informasi mengenai hal atau kebiasaan yang berbeda. Tujuan akhir dari unsur ini adalah sebagai informasi bagi masyarakat, Jurnalis memiliki peran untuk menceritakan informasi ini dari sudut pandangnya, melihat dari sisi yang berbeda tetapi tetap menarik bagi pembaca. Untuk memenuhi kebutuhan ini, selain menugaskan wartawan untuk meliput langsung, Detik Travel juga mengutip berita pariwisata dari media luar negeri yang kredibel. Hal ini sebagai solusi dari keterbatasan akses dan sumber daya yang ada di Detik Travel.

b) Standart Etika

Liputan perjalanan, biasanya membutuhkan biaya yang lebih tinggi dibanding news. Menurut Alexander Elliot (2010) menyatakan bahwa industry 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.

Wartawan dilarang untuk menerima imbalan atas liputan yang dilakukan tetapi Detik Travel tidak melarang hal yang bersifat akomodasi yang disediakan oleh pihak luar dengan catatan berita yang dihasilkan harus berimbang dan mengedukasi masyarakat, bukan hanya sebagai promosi terselubung. Wartawan dituntut untuk menyampaikan berita secara benar, meskipun berita yang berkaitan dengan informasi pariwisata tidak mengandung unsur kritik. Detik Travel menekankan pada informasi yang disampaikan bermanfaat bagi masyarakat. Dalam hal ini wartawan cenderung tidak melakukan liputan bernarasi kritik hanya bernarasi informatif dan saling menguntungkan.

Dalam Jurnalisme Pariwisata hal ini praktik seperti ini tidak bisa di hindari, berbeda dengan Jurnalisme pada umumnya. Seperti disampaikan oleh Hanusch bahwa dibutuhkan studi lebih lanjut untuk melihat bagaimana praktik seperti ini. Penulis sendiri beranggapan bahwa praktik Liputan undangan seperti ini seperti mata pisau, di lain sisi memberikan informasi yang baik kepada public dan tentu sebagai sumber berita bagi media tetapi di lain sisi masyarakat tidak mendapat sudut pandang yang berbeda.

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 di sesuaikan 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.

Karena hal ini Detik Travel hanya menyediakan informasi yang berorientasi tinggi dan menghibur publik, dalam teori Orientasi Pasar Jurnalisme Pariwisata sendiri menekankan pada liputan yang menghibur masyarakat tetapi tetap memiliki sisi kritis. Dalam praktiknya Detik juga menulis berita berupa kritik tetapi dalam konteks umum dibidang pariwisata. Isu sampah dan fenomena budaya turis asing sebagai contohnya. Tetapi tidak dalam konteks mengkritik Instansi atau pengelola pariwisata.

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.

Wartawan yang terlibat dalam kegiatan proses peliputan kerap melakukan perjalanan keluar kota. Detik Travel termasuk rutin menugaskan wartawan untuk liputan diluar kota. Hal ini dilain sisi menyenangkan tetapi dengan rutinitas liputan diluar kota bahkan diluar negeri, kegiatan ini seiring berjalannya waktu menjadi rutinitas biasa. Walaupun ada anggapan masyarakat bahwa wartawan Travel asik tetapi dengan beban liputan seringkali wartawan justru tidak memiliki waktu bebas.

Detik Travel juga memberikan kesempatan bagi para pembaca untuk terlibat dalam proses redaksi, dengan menyediakan kolom D'Tavelers, pembaca dapat berkontribusi mempromosikan hal yang berkaitan dengan pariwisata atau potensi yang ada didaerahnya. Meskipun tidak dibayar, banyak pembaca yang ikut berkontribusi. Sekitar 20-30% berita yang ada di Detik Travel merupakan kontribusi para pembaca.

Tabel Analisis Penerapan Unsur
Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel

No	Teori Dimensi	Unsur	Pelaksanaan
1	Representasi Budaya Asing	Masyarakat	Pemberitaan Detik Travel memenuhi unsur Masyarakat, sebagai contoh liputan yang berkaitan dengan Fenomena di Masyarakat. Sebagai contoh liputan mengenai Fenomena Masyarakat menyambut Asian Games di berbagai daerah.
		Adat	Detik Travel melakukan berbagai liputan berkaitan dengan Adat. Berbagai macam keunikan Adat di Indonesia menjadi perhatian Detik Travel. Sebagai contoh Detik Travel beberapa kali melakukan liputan terkait Adat Suku Baduy untuk mempertahankan adat istiadat di daerah tersebut.
		Budaya	Liputan festival merupakan bagian dari unsur budaya. Sebagai salah satu contoh liputan festival Krakatau di Lampung yang dirilis oleh Detik. Memperlihatkan upaya masyarakat Lampung untuk mempertahankan kuliner daerah
2	Standart Etika	Independensi	Independensi redaksi dan wartawan tidak dapat diterapkan dengan sempurna. Fenomena Liputan undangan

			yang memberikan fasilitas tambahan kepada wartawan dianggap membuat wartawan tidak independent.
		Kredibilitas Liputan	Wartawan memberikan informasi yang sesuai kondisi dilapangan dengan catatan tidak merugikan pihak lain. Sumber berita juga harus valid
3	Orientasi Pasar	Orientasi Redaksi	Redaksi melakukan perubahan dan menentukan topik berita berdasarkan trend ataupun hal yang mungkin menarik di masyarakat.
		Edukatif dan Informatif	Kategori News, Itinerary dan Destination pada Detik Travel memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan pariwisata.
4	Aspek Motivasi	Motivasi Pembaca	Detik Travel memiliki tujuan untuk menjadi inspirasi bagi pembaca untuk melakukan travelling. Tujuan ini selaras dengan liputan yang dilakukan oleh Detik.
		Kredibilitas Sumber	Detik Travel memastikan kredibilitas sumber dengan 2 cara, melakukan liputan langsung agar sumber dapat dipastikan kredibel atau mengutip media yang kredibel. Tetapi kategori D'Travellers masih memiliki kekurangan dalam Kredibilitas sumber

			karena dilakukan oleh pembaca, sehingga untuk memastikan kredibilitas sumber dilakukukan oleh Editor.
--	--	--	---

3. Faktor Pendukung dan Penghambat

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. Wartawan dapat lebih produktif melakukan liputan dilapangan tanpa harus datang ke kantor, terlebih kondisi sekitar Jabodetabek yang cukup ramai saat jam sibuk. Hal ini dipercaya dapat mengurangi waktu yang terbuang dijalan agar dapat lebih produktif. Selain fleksibilitas waktu, hal diatas fasilitas pendukung yang disediakan oleh redaksi untuk menunjang proses peliputan wartawan seperti Smartphone, Laptop dan kamera juga berperan dalam produktifitas wartawan.

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.

Meskipun dengan jumlah wartawan yang sedikit, Redaktur tetap mengalami kendala dalam melakukan rapat redaksi sehingga hanya dilakukan melalui grup *whatsapp*, dan rapat redaksi bulanan harus menyesuaikan waktu seluruh wartawan..Meskipun tergabung dalam bagian Detik.com dan Trans media,

wartawan yang bertugas di Detik Travel jumlahnya masih dirasa kurang. Dengan pesatnya perkembangan informasi dan kebutuhan pembaca saat ini, serta ketersediaan informasi. Jumlah wartawan dirasa masih belum maksimal oleh Redaktur Detik Travel, proses perekrutan tidak bisa dilakukan tanpa pertimbangan Redaksi Detik.com dan harus dilakukan oleh HRD Detik.com sehingga Detik Travel tidak bisa menambah jumlah wartawan tanpa alasan yang kuat. Kendala juga terjadi apabila ada wartawan yang mengajukan cuti, sehingga harus dilakukan penyesuaian agar kebutuhan redaksi tetap terpenuhi.

4. Analisis SWOT Manajemen Redaksional pada Detik Travel

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diketahui bagaimana penerapan Manajemen Redaksional di Detik Travel. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dapat diketahui tahapan manajemen redaksional yang dilakukan maka analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT tersebut penulis rangkum dalam table SWOT berikut ini

Tabel Analisis SWOT

Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel

1. *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 berjarangan 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.

2. 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 whatsapp 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.
--	--	--	---

3. 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.

4. 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	Terus melakukan inovasi dan menyesuaikan keinginan pembaca agar tidak kehilangan pembaca. Perkembangan media pariwisata saat ini cukup

		Travel tidak bisa melakukan inovasi tanpa persetujuan Dewan Redaksi seperti halnya media baru saat ini.	pesat, new media terus melakukan inovasi.
--	--	---	---

B. Analisis Manajemen Redaksional Jurnaisme Pariwisata Kompas Travel

Sub Bab ini untuk mengetahui analisis terhadap Manajemen Redaksional, Penerapan Unsur Jurnalisme Perjalanan, Faktor Pendukung dan Penghambat, serta Analisis SWOT pada Manajemen Redaksional Detik Travel.

1. Analisis Manajemen Redaksional pada Kompas Travel

Sub Bab ini untuk mengetahui analisis terhadap manajemen redaksional yang meliputi Tahap Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Pengawasan.

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*. Menurut Junaedi (2014 :38) Perencanaan dalam manajemen media menyangkut apa yang harus dilakukan di masa mendatang, bagaimana hal tersebut harus dilakukan, serta siapa yang seharusnya melakukan hal tersebut dan kapan hal tersebut harus dilakukan di masa mendatang.

Selain wartawan maupun kutipan, Kompas Travel juga melakukan program kerjasama liputan dengan travel agensi.

b) Tahap 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.

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 elanjutnya ditinjau secara berkala sebelum menjadi karyawan tetap. Untuk kualifikasi wartawan disesuaikan dan atas pertimbangan dengan kebutuhan redaksi.

Pembagian fungsi peran berkaitan dengan Job Desc diserahkan kepada *Managing* editor. Kompas Travel tidak menggunakan system penanggung jawab setiap kategori sehingga seluruh kategori menjadi tanggung jawab bersama dan diatur agar tetap berimbang.

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.

Proses pelaksanaan liputan di lapangan oleh wartawan berpedoman pada *news value* berita pada umumnya. *News value* dari sudut pandang Jurnalisme pariwisata ditekankan pada dampak dan keunikan suatu informasi pariwisata. Pada Jurnalisme Pariwisata *Actuativity* bukanlah hal utama yang dikejar oleh redaksi dan wartawan. Pelaksanaan sesuai dengan proses perencanaan sehingga wartawan harus mengikuti aturan yang ditetapkan, setiap pengajuan tema atau topik berita baru harus melalui redaksi atau sepengetahuan *managing* editor atau *asistent* editor.

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

Menurut Junaedi (2014:46), pengawasan atau evaluasi memiliki peran penting dalam kegiatan manajemen media. Proses ini sejatinya melekat pada semua proses manajemen redaksi, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan. Peran tahapan pengawasan adalah memastikan wartawan bertanggung jawab atas job desk yang telah diberikan. Setiap redaksi di Kompas di pimpin oleh seorang managing editor sehingga memegang peran penting dalam pengawasan. Managing editor berperan dalam pengambilan keputusan yang bersifat mendadak.

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.

Pemberian reward kepada wartawan yang menjalankan target diberikan bonus berupa uang diperiode tertentu, pemberian ini dianggap nyata dan lebih diinginkan oleh wartawan. Kesalahan yang dilakukan oleh wartawan Kompas Travel sampai saat ini masih sebatas kesalahan penulisan ejaan atau komposisi foto yang dinilai kurang tepat, informasi yang disampaikan kurang detail. Teguran biasanya disampaikan langsung atau melalui pesan. Jika ditemukan wartawan yang melakukan pelanggaran berat atau mencemarkan nama baik Kompas Grup maka Kompas Travel akan menyerahkan permasalahan sesuai dengan aturan redaksi Kompas.com.

2. Penerapan Jurnalisme Perjalanan pada Kompas Travel

Sejak awal berdiri Detik Travel tidak memiliki pedoman yang lugas mengenai Konsep Jurnalisme Pariwisata yang akan digunakan. Penerapan dan model Jurnalisme Perjalanan memberi peran untuk menentukan bentuk liputan,

pengorganisasian serta ciri khas sebuah media perjalanan. Menurut Hanusch (2010), Jurnalisme Pariwisata memiliki empat dimensi sebagai landasan, yaitu

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.

Dalam Travel story dan news, nilai yang diangkat berkaitan dengan masyarakat, budaya dan adat di berbagai daerah di Indonesia dan diluar negeri. Sebagai contoh beberapa judul berita yang termasuk dalam kategori Travel story dan news yaitu, “Jejak makan Raja di Kota Gede Yogyakarta yang menceritakan tentang seluk beluk tempat wisata Makan Raja di Jogjakarta, “Penari Danding Rombeng Rajong di Flores Barat” yang mencertikana mengenai fenomena budaya dan adat Danding Rombeng di Flores Barat, serta “Mengenal Sejarah Lampion” yang menceritakan sejarah mengenai Lampion termasuk perkembangannya hingga sampai di Indonesia. Fenomena unik berkaitan dengan masyarakat, adat dan budaya diberbagai daerah yang dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi pembaca.

b) Standart Etika

Menurut Hanusch, liputan perjalanan atau travel mebeuuthkan biaya yang tidak sedikit. Seringkali praktik dilapangan menjadi dilema antara kebutuhan indsturi pariwisata untuk publikasi, sumber berita bagi wartawan dan informasi bagi pembaca. Hal ini menjadikan Jurnalisme Pariwisata memiliki keunikan tersendiri. Kompas Travel didominasi oleh berita liputan diberbagai daerah, dalam praktiknya menerima liputan undangan.

Redaksi Kompas Travel sendiri berkerjasama dengan Travel agensi dari Jepang untuk merilis 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.

Selain kategori berita kerjasama, Kompas Travel juga menerima liputan berdasarkan undangan. Biasanya Kompas Travel diundang untuk meliput suatu kegiatan atau event pariwisata baik dari pemerintah maupun swasta. Wartawan yang melakukan liputan yang bersifat undangan, diperbolehkan untuk mendapatkan fasilitas akomodasi dari penyelenggara. Dalam proses peliputan ini, wartawan biasanya hanya menuliskan informasi yang berkaitan dengan kegiatan atau event tersebut.

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 dicari 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.

Kompas Travel juga menjalin relasi dengan berbagai pihak yang menjadi sumber berita, termasuk pihak swasta dan pemerintahan. Salah satunya Kompas Travel bekerjasama publikasi informasi dalam bentuk berita dengan Ohaya Jepang. Selain itu juga terdapat banyak kerjasama lainnya baik dalam publikasi berita ataupun kegiatan offline. Kompas Travel kerap menjadi narasumber untuk diskusi publikasi terkait pengembangan potensi pariwisata serta terkait jurnalisme perjalanan. Kerjasama seperti ini memberikan informasi alternative atau referensi bagi pembaca.

Tabel Analisis Penerapan Unsur

Jurnalisme Pariwisata pada Kompas Travel

No	Teori Dimensi	Unsur	Pelaksanaan
1	Representasi Budaya Asing	Masyarakat	Memiliki kategori news, story yang berkaitan dengan masyarakat. Berita dominan bersifat umum.
		Adat	Melakukan liputan tentang berbagai adat unik di masing-masing daerah.
		Budaya	Melakukan Liputan terkait budaya masyarakat, sebagai contoh budaya masyarakat Sumba dan masih banyak lagi.
2	Standart Etika	Independensi	Kompas Travel memiliki kanal berita kerjasama yang secara terbuka bertujuan sebagai sarana promosi.
		Kredibilitas Liputan	Liputan Kompas Travel melalui proses verifikasi data dan sumber, serta berita kutipan bersumber dari media yang kredibel.
3	Orientasi Pasar	Orientasi Redaksi	Redaksi berorientasi pada tujuan yaitu untuk menjadi pedoman informasi bagi masyarakat.
		Edukatif dan Informatif	Kompas Travel menjadikan berita sebagai pedoman informasi pariwisata, berita di tulis dengan memperhatikan tata Bahasa baku dan cukup detail.

4	Aspek Motivasi	Motivasi Pembaca	Menyesuaikan jenis berita dengan minat pembaca, memberikan rekomendasi informasi akomodasi murah dan informasi pendukung lainnya agar memotivasi masyarakat untuk berwisata.
		Kredibilitas Sumber	Untuk menghasilkan liputan pariwisata yang kredibel, Liputan dominan dilakukan oleh wartawan Kompas Travel langsung. Memastikan sumber yang kredibel sebagai informasi bagi pembaca.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat

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.

Fleksibilitas kerja juga menjadikan wartawan bisa lebih produktif, wartawan tidak terikat jam kerja dikantor maka bisa melakukan liputan tanpa keterbatasan waktu. Hal ini membuat wartawan dapat mengeksplorasi diri lebih baik untuk mendapatkan berita yang lebih berkualitas dan mendalam. Fasilitas pendukung yang disediakan oleh redaksi untuk menunjang proses peliputan wartawan seperti Laptop dan kamera juga berperan dalam produktifitas wartawan. Kompas Travel juga memberikan apresiasi nyata kepada wartawan dalam bentuk uang bonus ketika target tercapai, hal ini dipercaya dapat meningkatkan motivasi wartawan untuk lebih produktif, selain itu juga wartawan rutin mendapatkan tanggung jawab liputan diluar kota bahkan diluar negeri. Hal ini menjadi penyemangat tersendiri bagi wartawan jurnalisme pariwisata di Kompas Travel.

b) Faktor Penghambat

Menjadi bagian dari Kompas Grup dan Kompas.com selain memiliki dampak positif juga memiliki dampak negatif. Kompas Travel dalam praktiknya didukung oleh Kompas tetapi dalam pengembangan dan inovasi harus melalui persetujuan redaksi Kompas.com. Keberadaan Kompas Travel dianggap menjadi pelengkap berita yang ada di Kompas.com, tidak sebagai berita khusus pariwisata.

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. Jumlah wartawan ini menjadikan Kompas Travel sulit untuk berkembang memenuhi kebutuhan pembaca, dengan jumlah wartawan yang sedikit Kompas Travel hanya memiliki target 12-15 berita yang dipublikasi di Kompas Travel setiap harinya. Dengan pengembangan jumlah wartawan, seharusnya Kompas dapat melakukan lebih banyak produksi berita, serta tidak menutup kemungkinan untuk menambah kategori berita baru yang dibutuhkan masyarakat. Penambahan wartawan hanya dapat dilakukan melalui proses pengajuan di redaksi Kompas.com yang selanjutnya di proses oleh HRD Kompas.

4. Analisis SWOT Manajemen Redaksional pada Detik Travel

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diketahui bagaimana penerapan Manajemen Redaksional di Kompas Travel. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dapat diketahui tahapan manajemen redaksional yang dilakukan maka analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT tersebut penulis rangkum dalam table SWOT berikut ini :

Tabel Analisis SWOT

Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata pada Kompas Travel

1. 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 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.
		Tahap pelaksanaan	Sumber daya yang disediakan oleh Kompas memudahkan wartawan untuk melakukan liputan. Jaringan wartawan dalam Kompas Grup dapat saling mengisi, serta adanya contributor daerah.
		Tahap pengorganisasian	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.
2	SDM yang unggul	Tahap pelaksanaan	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.
3	Fasilitas Wartawan	Tahap pelaksanaan	Fasilitas penunjang seperti Laptop dan Kamera serta penunjang lainnya membantu 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.

2. *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.
---	--------------------	------------------	--

3. 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 .

4. 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.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada Bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut.

Proses Manajemen Redaksional Jurnalisme Pariwisata pada Detik Travel dilakukan dengan tahapan :

- a. Perencanaan dilakukan untuk mengetahui rencana program redaksi termasuk liputan, dilakukan setiap periode. Rapat redaksi harian dilakukan melalui grup *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.
- b. Pengorganisasian dilakukan oleh Divisi Human Resource Departement (HRD) Detik.com meliputi proses perekrutan serta penempatan. Kanal Detik Travel dipimpin oleh Redaktur Pelaksana yang juga bertanggung jawab atas segala kegiatan yang ada di Redaksi Kompas Travel. Anggota redaksi terdiri atas 7 orang, 1 orang redaktur pelaksana, 1 *asistent* redaktur, 5 orang wartawan.
- c. Pelaksanaan dilakukan untuk memproduksi berita online yang sesuai pada proses perencanaan. Target rilis 2-3 berita setiap jamnya mulai dari jam 06.00 hingga jam 24.00. Sumber berita dari liputan langsung wartawan, kutipan media lain, wartawan contributor, dan pembaca dalam kategori *d'traveler*.
- d. Pengawasan redaksi Detik Travel dilakukan oleh redaktur pelaksana dan *asistent* redaktur. Pengawasan kepada wartawan yang melakukan liputan luar kota dilakukan secara *mobile*. Bentuk *reward* untuk seluruh anggota redaksi yang adalah kegiatan *outbound* atau *travelling*. *Punishment* untuk wartawan yang melakukan kesalahan ringan (typo, kurang lengkap, foto) dalam bentuk teguran, sedangkan untuk pelanggaran diluar redaksi diserahkan kepada dewan redaksi Detik.com.

Proses Manajemen redaksional Jurnalisme Pariwisata pada Kompas Travel dilakukan dengan tahapan :

- a. Perencanaan dilakukan untuk mengetahui rencana program redaksi termasuk liputan, dilakukan setiap periode. Rapat redaksi harian dilakukan melalui grup *whatsapp*, untuk merencanakan kegiatan liputan harian wartawan termasuk

penentuan topik berita, penugasan liputan serta kegiatan redaksi lainnya. Pemilihan topik harian menyesuaikan dengan jadwal kegiatan dan trend yang sedang ada di masyarakat.

- b. Pengorganisasian dilaksanakan oleh divisi Human Resource Departement (HRD) Kompas.com meliputi proses perekrutan serta penempatan. Kanal Kompas Travel di pimpin oleh Managing Editor, bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan di Redaksi Kompas Travel. Anggota redaksi terdiri atas 6 orang, 1 orang *managing editor*, 2 orang *asistent editor*, serta 3 orang wartawan.
- c. Pelaksanaan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan redaksi wartawan harus memproduksi 3 berita, dengan target total 15 berita untuk redaksi Kompas Travel. Pada publikasi berita menerapkan penggunaan bahasa yang baku dan sesuai dengan ejaan. Sumber berita dari liputan langsung wartawan, kutipan media lain, tulisan hasil kerjasama dengan pihak ketiga.
- d. Pengawasan di redaksi Kompas Travel dilakukan oleh managing editor dan *asistent editor*. Pengawasan kepada wartawan yang melakukan liputan luar kota dilakukan secara *mobile*. Bentuk *reward* untuk wartawan yang memiliki kinerja baik dan sesuai dengan target adalah uang bonus. *Punishment* untuk wartawan yang melakukan kesalahan ringan (typo, kurang lengkap, foto) dalam bentuk teguran, sedangkan untuk pelanggaran diluar redaksi diserahkan kepada dewan redaksi Kompas.com.

B. Keterbatasan Penelitian

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 Jurnalisma Pariwisata, namun peneliti menggunakan istilah Jurnalisme Pariwisata karena dalam Bahasa Indonesia pariwisata memiliki arti perjalanan untuk rekreasi, pelancong dan turisme.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Pemahaman dan penerapan tentang Jurnalisme Pariwisata masih perlu ditingkatkan untuk memaksimalkan kualitas berita. Penerapan berita yang lengkap dan informatif bisa menggunakan referensi dari media luar negeri yang memiliki kanal travel hal ini dapat memberikan informasi yang lebih informatif bagi pembaca.
2. Diharapkan kepada Detik Travel dan Kompas Travel untuk memiliki agenda rapat rutin redaksi serta ketentuan. Rapat redaksi diharapkan untuk menyampaikan performa serta mencari solusi yang dihadapi wartawan maupun redaksi. Rapat redaksional yang dilakukan dengan tatap muka setidaknya seminggu sekali.
3. Diharapkan kepada Detik Travel dan Kompas Travel untuk meningkatkan jumlah wartawan, mengingat ketersediaan informasi terkait pariwisata serta potensi pariwisata saat ini terus berkembang cukup pesat. Apabila di ikuti dengan peningkatan jumlah wartawan, maka akan berdampak pada produksi berita serta peningkatan kualitas berita.
4. Pengelolaan sosial media merupakan potensi yang harus dimaksimalkan, perlu dibangun interaksi dan menjalin kedekatan dengan pembaca, hal ini akan berdampak pada peningkatan brand serta kunjungan ke website. Pengelolaan media masing-masing masih sebatas merilis berita tanpa interaksi yang berarti kepada pembaca.

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.

Hanusch, 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 Cendekia.

Salam, Dharma. (2004). *Manajemen pemerintahan Indonesia*. Jakarta : Djambatan

Arismunandar, Satrio. (2010). *Mengenal Jurnalisme Perjalanan (Travel Jurnalisme) dan Program Jelajah*

www.academia.edu/4980098/Mengenal_Jurnalisme_Perjalanan_Travel_Journalism_dan_Program_Jelajah (10 November 2018)