

**MANAJEMEN REDAKSIONAL PORTAL MUSIK LOKAL
(Studi Komparatif Pada Warning Magazine dan HOOKSpace)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh:

Karel Fahrurrozi

16321164

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

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**MANAJEMEN REDAKSIONAL PORTAL MUSIK LOKAL
(Studi Komparatif Pada Warning Magazine dan HOOKSpace)**

Disusun Oleh
KAREL FAHRURROZI
16321164

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: **6 Januari 2021**
Dosen Pembimbing Skripsi,

المعجزة الباقية
بالتواضع والتواضع
بالتواضع والتواضع

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

NIDN 0523098701

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

MANAJEMEN REDAKSIONAL PORTAL MUSIK LOKAL
(Studi Komparatif Pada Warning Magazine dan HOOKSpace)

Disusun Oleh

KAREL FAHRURROZI

16321164

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: **6 Januari 2021**

Dewan Penguji:

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

NIDN. 0523098701



(.....)

2. Anggota: Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A.

NIDN. 0512048302



(.....)

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



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

NIDN 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Karel Fahrurrozi

Nomor Induk Mahasiswa : 16321164

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, 18 Maret 2021

Yang menyatakan



Karel Fahrurrozi

16321164

MOTTO

“Berjuang dan hadapi, meski dalam kondisi yang tidak sepenuhnya baik. *Cheers.*”

(Penulis)



PERSEMBAHAN

Karya ini dengan bangga saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua dan saudara tercinta yang selalu memberi dukungan dalam kondisi apapun.

Serta sahabat-sahabat yang selalu sedia menemani dalam tawa dan haru.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dipanjatkan pada kehadiran Allah SWT atas segala nikmat rahmat dan rahim serta hidayat-Nya hingga kita dapat menjalankan aktivitas sebaik-baiknya. Tak lupa shalawat dan salam dijunjungkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, berkat perjuangan beliau kita dapat menikmati masa penuh cahaya seperti sekarang ini. Ucapan syukur tak henti-hentinya penulis sampaikan hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Skripsi yang telah penulis selesaikan berjudul “**Manajemen Redaksional Portal Musik Lokal (Studi Komparatif Pada Warning Magazine dan HOOKSpace)**”. Penelitian ini menjelaskan tentang manajemen redaksional yang telah dilakukan dan juga karakteristik media online yang dimiliki oleh masing-masing portal musik lokal.

Kesadaran tinggi penulis rasakan bahwa penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik tidak dapat dilepaskan dari peran penting orang-orang sekitar yang senantiasa memberikan semangat, doa, motivasi, saran dan dukungan. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya, terima kasih atas segala segala usaha dan doa yang tidak pernah berhenti untuk mendoakan, memberi dukungan dan semangat demi kelancaran penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kakak saya, Reza Ilham yang selalu senantiasa memberikan semangat, berbagi cerita dan mengingatkan penulis guna menyelesaikan tugas akhir.
3. Ida Nuraini Dewi K.N S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang membimbing dengan sabar dan memberikan motivasi agar dapat menyelesaikan penelitian yang dilakukan dengan sebaik-baiknya.
4. Seluruh dosen dan staff prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia atas segala bantuan yang diberikan selama menempuh masa perkuliahan.
5. Penghuni kontrakan “CTB Junior” Afif Fazri, Farhan Baskara, Arie Arifin dan Dimas Aufaris Arkandi yang telah menemani 3 tahun masa perkuliahan tinggal bersama, terima

kasih telah menjadi tempat bercerita dan mengalami suka duka bersama. Sukses selalu untuk teman-teman sekalian di jalan manapun yang kalian pilih.

6. Sahabat-sahabat saya yang tergabung di dalam “Binatang liar” Alkausar Fikri, Aldiantsyah, Admal Putu Yasa, Ali Mashari, Alvin Nur Fikri, Ari Muhammad, Faris Maraya, Richo Jakaria, M. Rafi’i Erliansyah dan Rafi Radityo Darmono yang selalu menemani hari-hari dengan canda dan tawa yang diberikan. Yakinlah kesuksesan menunggu kita di depan.
7. Teman-teman yang tergabung pada Lembaga Pers Mahasiswa KOGNISIA. Terima kasih telah menemani kehidupan berorganisasi selama menempuh masa perkuliahan. Segala pembelajaran yang diperoleh tak akan pernah dilupakan.
8. Keluarga besar KomuniAksi 2016. Terima kasih telah menemani masa perkuliahan. Tidak pernah ada penyesalan sedikitpun dapat tergabung bersama teman-teman sekalian. Kebanggaan besar dapat menjalani kegiatan bersama. Sukses selalu dimanapun kalian semua berada.

Penulis menyadari bahwa penelitian yang telah dilakukan pasti memiliki banyak kekurangan dan kesalahan. Beribu-ribu kata maaf penulis sampaikan atas segala kesalahan yang ada di dalam penulisan baik disengaja maupun tidak disengaja. Akhir kata, semoga tugas akhir yang telah diselesaikan ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Wassalaamu’alaikum warahmatullaahi wabarakatu

Yogyakarta, 27 Oktober 2020

Penulis,

Karel Fahrurrozi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Penelitian Terdahulu.....	6
2. Kerangka Teori	8
F. Metode Penelitian.....	12
1. Pendekatan Penelitian.....	12
2. Paradigma	13
3. Objek Penelitian	13
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Warning Magazine.....	15
1. Profil	15

2. Produk.....	15
B. HOOKSpace	17
1. Profil	17
2. Produk.....	17

BAB III TEMUAN PENELITIAN

A. Portal Musik <i>warningmagz.com</i>	19
a. Manajemen Redaksional <i>warningmagz.com</i>	20
a) Proses Perencanaan.....	20
b) Pengorganisasian.....	23
c) Proses Pelaksanaan	25
d) Proses Pengawasan dan Evaluasi.....	26
B. Portal Musik <i>hookspace.id</i>	27
a. Manajemen Redaksional <i>hookspace.id</i>	28
a) Proses Perencanaan.....	29
b) Pengorganisasian.....	34
c) Proses Pelaksanaan	35
d) Proses Pengawasan dan Evaluasi.....	37

BAB IV PEMBAHASAN

A. Manajemen Redaksional Portal Musik Lokal Warning Magazine Dan HOOKSpace.....	40
1. Tahapan Perencanaan.....	42
2. Tahapan Pengorganisasian.....	45
3. Tahapan Pelaksanaan	48
4. Tahapan Pengawasan dan Evaluasi	49
B. Karakteristik Media Onlin Yang Sudah Dilakukan Oleh Portal Musik Warning Magazine dan HOOKSpace.....	52
1. Warning Magazine.....	54
a. Bersifat Interaktif Dengan Menyertakan Hyperlink	54
b. Membangun Hubungan yang Partisipatif	56
2. HOOKSpace	59

a. Menyertakan Unsur-Unsur Multimedia.....	59
b. Membangun Hubungan Partisipatif	62
C. Karakteristik Media Online Yang Belum Dilakukan Oleh Warning Magazine dan HOOKSpace	64
1. Warning Magazine.....	64
a. Bersifat <i>realtime (Immediacy)</i>	64
b. Menyertakan Unsur-Unsur Multimedia.....	64
2. HOOKSpace	65
a. Bersifat <i>realtime (immediacy)</i>	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	66
B. Keterbatasan Penelitian	67
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Perbandingan tahapan manajemen redaksional pada portal musik lokal.....	52
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Warning Magazine	14
Gambar 2.2 Media online Warning Magazine.....	15
Gambar 2.3 Logo HOOKSpace	16
Gambar 2.4 Tampilan website HOOKSpace.id.....	17
Gambar 2.5 Tampilan kanal Youtube HOOKSpace.....	17
Gambar 4.1 Tautan pada portal musik warningmagz.com	55
Gambar 4.2 Tautan pada portal musik warningmagz.com	56
Gambar 4.3 Hubungan interaksi pembaca Warning Magazine di media sosial	57
Gambar 4.4 Tautan pada warningmagz.com	58
Gambar 4.5 Interaksi yang diberikan oleh pembaca melalui warningmagz.com	58
Gambar 4.6 Tautan pada hookspace.id.....	60
Gambar 4.7 Infografis yang dilakukan oleh HOOKSpace	61
Gambar 4.8 Tautan pada hookspace.id	61
Gambar 4.8 Interaksi HOOKSpace bersama audiens melalui twitter.....	63
Gambar 4.9 Respon positif dari audiens HOOKSpace.....	63

ABSTRAK

Karel Fahrurrozi. 16321164. Manajemen Redaksional Portal Musik Lokal (Studi Komparatif Pada Warning Magazine dan HOOKSpace). Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosian Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2020.

Media *online* ialah media yang unggul dalam kecepatan informasi yang dapat diakses guna penyajian informasinya dan mulai menjadi pilihan bagi penggiat media. Kurangnya penelitian mengenai manajemen redaksional dalam dunia musik menjadi daya tarik tersendiri bagi peneliti. Objek dalam penelitian adalah media yang bergerak dalam dunia musik dan menggunakan media *online* yang diinterpretasikan kedalam portal berita, yakni Warning Magazine dan HOOKSpace.

Penelitian ini membahas sistem manajemen redaksional pada Warning Magazine dan HOOKSpace dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pencarian data dilakukan dengan wawancara kepada narasumber yang memiliki kapabilitas pada bidangnya sesuai kebutuhan dalam penulisan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah manajemen redaksional, jurnalisme *online* dan jurnalisme musik. Studi literatur tambahan juga dilakukan untuk lebih mendapatkan pendalaman ilmu serta pemahaman atas hasil yang ditemukan dalam penelitian

Tujuan dalam penelitian ini untuk menemukan perbandingan manajemen redaksional dan karakteristik jurnalisme *online* pada portal musik Warning Magazine dan HOOKSpace. Hasil penelitian yang ditemukan ialah manajemen redaksional yang diterapkan pada masing-masing portal musik tidak berbeda jauh yakni *proses perencanaan, proses pengorganisiran, proses pelaksanaan dan proses pengawasan dan evaluasi*.

Selanjutnya ialah karakteristik media *online* yang terdapat pada masing-masing portal musik tidak memiliki karakteristik *real time*. Warning Magazine memiliki karakteristik *bersifat interaktif dengan menyertakan hyperlink dan membangun hubungan yang partisipatif*. Lalu HOOKSpace dengan *menyertakan unsur-unsur multimedia dan membangun hubungan partisipatif*.

Kata Kunci: *Media Online, Manajemen Redaksional, Karakteristik Media Online, Jurnalisme Musik*

ABSTRACT

Karel Fahrurrozi. 16321164. Editorial Management Reporting System Music Local Press (Comparative Study with Warning Magazine and HOOKSpace). Undergraduate Thesis. Communication Science Major, Faculty of Psychology and Social Culture Sciences. Islamic University of Indonesia. 2020.

Online media is a medium that excels in the speed of information that can be accessed to present the information and is starting to be an option for media activists. The lack of research on editorial management in the world of music is the main attraction for the researcher. The object of this research is media that operates in the world of music and uses online media which are interpreted into news portals, namely Warning Magazine and HOOKSpace.

This study discusses the editorial management reporting system in Warning Magazine and HOOKSpace using a qualitative approach with a case study method. Data search was conducted by interviewing sources who have capabilities in their fields according to the needs of writing. The theories used in this research are editorial management, online journalism and music journalism. Additional literature studies were also carried out to gain deeper knowledge and understanding of the results found in this research.

The purpose of this study is to find a comparison of editorial management and the characteristics of online journalism on the music portal Warning Magazine and HOOKSpace. The research results found that editorial management applied to each music portal is not much different, namely the planning process, the organizing process, the implementation process and the monitoring and evaluation process.

Furthermore, the characteristics of online media contained in each music portal do not have real time characteristics. Warning Magazine has the characteristic of being interactive by including hyperlinks and building participatory relationships. Then HOOKSpace by including multimedia elements and building participatory relationships.

Keywords: *Online Media, Editorial Management, Online Media Characteristics, Music Journalism*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring media yang terus menerus berkembang, Internet menjadi kebutuhan wajib dari berbagai khalayak *global*, termasuk Indonesia. Pengguna internet sudah dapat terhubung antar satu perangkat dengan perangkat lainnya melalui jaringan yang dibentuk dan dapat diakses seluruh dunia atau yang biasa disebut sebagai *World Wide Web* (WWW). Berjalannya waktu akhirnya ditemukanlah *web*. Situs *web* merupakan keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dalam sebuah *domain* yang mengandung informasi. Sedangkan *domain* ialah nama unik yang dimiliki oleh sebuah perusahaan atau lembaga atau organisasi yang dapat diakses melalui internet (Yuhefizar, dkk., 2009:2)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sebagai asosiasi yang bertugas melakukan strategi pengembangan strategi penggunaan internet di Indonesia melalui data survey yang sudah dilakukan mencatat pengguna internet di Indonesia pada 2017 telah mencapai 142 juta jiwa dengan penetrasi sebesar 54,69 persen dari total populasi. Pengakses internet tumbuh 7,9% dari tahun sebelumnya dan tumbuh lebih dari 600% dalam 10 tahun terakhir (<https://apjii.or.id/survei>). Data perkembangan inilah yang dapat menjadikan berbagai institusi media bergegas melakukan inovasi di internet melalui media *online* sebagai pasar yang sangat strategis.

Sebagai bentuk komunikasi massa yang berkembang sangat pesat setiap waktunya, media *online* dapat memberikan dan menyajikan informasi kepada seluruh belahan dunia. Dapat diamati pula dalam kecepatan informasi yang dapat diakses dalam penyajian informasinya, menjadikan media *online* menjadi pilihan bagi banyak kalangan masyarakat. Kemudahan akses yang diberikan juga salah satu faktor penting. Media *online* tidak memiliki batasan waktu untuk pengaksesannya pun juga dapat diakses melalui *gadget* manapun.

Media *online* yang sehat pun juga tak lepas dari manajemen redaksional yang sehat pula, terkhususkan dalam pengelolaan informasi diatas meja redaksi sebelum disajikan kepada masyarakat. Manajemen redaksional atau manajemen keredaksian menurut Stefanus Akim ialah

perencanaan, pengorganisasian, pengarah, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat.

Berdasarkan dari manajemen redaksional yang terkelola dengan baik, dinilai dari keteraturan dan pengarah yang tepat dapat membuat sebuah institusi media yang bergerak di bidang *online* dapat meraih target pasar yang mereka inginkan. Terlebih media itu pula yang kelak akan menilai berita mana yang sekiranya layak untuk dikonsumsi oleh khalayak secara luas dan mana yang tidak cukup pantas untuk dikonsumsi. Kebijakan dari seorang pemimpin redaksi pula yang memegang kuasa atas kebijakan yang telah diatur dalam pengambilan keputusan yang kelak akan menentukan pemberitaan yang terbit.

Sama halnya dalam dunia musik, banyak media *online* yang mulai bermunculan guna memenuhi keingintahuan masyarakat akan kebutuhan informasi mengenai perkembangan musik yang ada di Indonesia, khususnya musisi yang berada pada *indie label*. Musik yang berada pada *indie label* atau biasa disebut musik Indie adalah music yang tidak terikat atau bebas secara mutlak (merdeka) dengan industri atau *major label* dimana secara musikal menyimpang dari music arus besar (*mainstream*) atau yang sedang digandrungi.

Musik indie mendapatkan perhatian khusus dari masyarakat dikarenakan kebiasaan dari *major label* yang memiliki target akan menguasai, memonopoli, ataupun melakukan kedigdayaan dalam pasar dan distribusi musik secara komersil. *Major label* yang notabene hanya berpaku pada keuntungan, lebih mengikuti akan apa yang diinginkan oleh pasar. Bertolak belakang dengan musik *indie* yang lebih berpegang kepada ideologi yang bebas, berdiri secara mandiri, dan tidak memiliki batas sebagai bentuk perlawanan terhadap musik *mainstream* itu sendiri.

Stasiun tv nasional dari hari ke hari semakin dimonopoli oleh *major label*. *Indie label* pun mau tidak mau harus sedikit memutar otak untuk mencari cara untuk melawan industri permusikan yang ada. Akhirnya media baru pun menjadi sasaran bagi industri permusikan. Harus adanya sesuatu yang berbeda untuk ditawarkan kepada khalayak luas. Banyak *indie label* yang lebih memilih internet ataupun radio lokal sebagai pemenuhan kebutuhan informasi dan pemasaran.

Beberapa nama band luar negeri seperti *Arctic Monkeys* ataupun *Panic! At the Disco* mengalami kesuksesan global hanya melalui internet saja. Internet seakan membuat harapan

industri permusikan *indie* untuk dapat terus berkembang dan melawan pasar yang ada. Tak berbeda seperti yang ada di Indonesia, *White Shoes and The Couples Company* (Jakarta) seakan tidak mungkin untuk memiliki kesempatan manggung di *SXSW Festival* di Texas dan mengedarkan album mereka di Amerika Selatan, Kanada, Jepang, dan Australia. *Mocca* (Bandung) tidak mungkin merasakan dikontrak oleh label musik *Indie* yang ada di Jepang dan melaksanakan tur Asia Tenggara mereka. Tak berbeda seperti *The S.I.G.I.T* (Bandung) mungkin juga tidak akan pernah merasakan tur Australia guna mempromosikan albumnya. Nama-nama tersebut adalah sederet kesuksesan musisi *Indie* yang berhasil sukses dan *go international* tanpa banyak diberitakan oleh media nasional. Ini semua tentunya tak bisa dilepaskan dari peran internet dan juga perkembangan dalam Jurnalisme Musik.

Jurnalisme musik di Indonesia sendiri mulai berkembang sejak munculnya keberadaan *Aktuil*, media yang selama tiga belas tahun mengawal peristiwa dan perkembangan skena musik Indonesia, dan menciptakan opini dalam dunia pencinta musik. Meski media konvensional seperti RRI dan TVRI juga turut mengambil peran dalam meramaikan dunia permusikan Indonesia, namun mereka hanya mengambil peran sebagai sarana promosi, tidak sebagai ‘produk’ jurnalistik itu sendiri. *Aktuil* bukan media atau majalah yang pertama kali menampilkan musik sebagai konten utamanya. Sebelum *Aktuil*, tahun 1963 di Yogyakarta majalah *Discorina* terbit. Jauh sebelum itu, tahun 1957, tercatat pernah terbit majalah *Musika*.

Banyak juga surat kabar di Indonesia yang memberikan ruang khusus bagi permusikan Indonesia seperti surat kabar *Pos Utara* ‘*Salah Sambung*’, *Aneka Minggu* ‘*Nada Sumbang*’, *Sinar Pembangan* ‘*Close Up*’. Surat kabar sampai tahun 1970-an belum menempatkan musik sebagai tulisan yang rutin. Film dan teater lebih mendapat tempat.

Corak karakteristik pemberitaan musik dewasa ini hanya sekedar mengikuti dan dituntut oleh kemauan pasar. Media musik sekarang hanya terfokus sebagai bagian dari industry musik itu sendiri, yang dimana hanya didominasi oleh musikus lokal yang berasal dari musik-musik beraliran *mainstream*. Pemberitaanya pun hanya berfokus terhadap informasi dan bersifat menghibur saja. Media pers kita lebih banyak memuat peristiwa musik niaga atau musik industri yang galibnya adalah musik-musik hiburan: pop, rock, dan dangdut

Namun dibalik industri permusikan *mainstream* di Indonesia, ada banyak media musik yang memiliki ideologi sendiri seperti di Bandung ada *Ripple Magazine* dan *Trolley Magazine*,

dan di Malang ada Common Ground Magazine. Mereka menggunakan ideologi yang lebih ingin mengangkat perindustrian musik independen dan melawan permusikan *mainstream*. Kehadiran media-media alternatif ini seiring dengan perkembangan komunitas independen terutama budaya *fanzines* yang lebih banyak mengangkat isu-isu identitas dan komunitas. Tanpa ada sokongan yang kuat dari bawah, media-media independen sebagai bentuk media alternative tidak dapat bertahan lama, beberapa diantaranya harus gulung tikar dengan beraneka alasan. Seperti Trolley Magazine yang harus gulung tikar dan bubar pada edisi ke-11, atau Ripple magazine yang hanya dapat bertahan selama sepuluh tahun saja.

Tingginya intensitas masyarakat untuk memperoleh informasi akan musik *indie* membuat banyak media yang menyajikan keberagaman konten guna memenuhi keingintahuan khalayak luas di era digital dewasa ini. Yogyakarta sendiri sebagai pasar yang cukup strategis dan menjanjikan bagi industri permusikan tentunya tidak bisa dilepaskan dari media *online* yang cukup aktif dalam melakukan pemberitaannya. Sebut saja seperti Warning Magazine, media yang sudah cukup lama bergelut di ranah dunia permusikan, selalu berperan aktif dan partisipatif guna memenuhi kebutuhan informasi dalam skena permusikan Indonesia, khususnya secara geografis di daerah Yogyakarta sedari tahun 2013 silam. Meski Warning sendiri menolak batasan-batasan geografis sebagai bentuk pemberitaan mereka.

Sebagai media *online* yang juga turut memberitakan dunia musik sedari lama dan terhitung senior di Yogyakarta, Warning tentu memiliki nama yang cukup akrab dan dikenal oleh khalayak. Penyajian konten yang tidak hanya menelisik dari sisi musisi saja, akan juga turut dengan *gigs* yang kerap menjadi sasaran bagi para penikmat musik. Seakan tergerus zaman, Warning mulai meredup. Terbukti dengan produktifitas konten yang tidak seaktif kala awal terbentuk dan seakan membuat Warning tenggelam dalam kerumunan. Meski Warning lahir sebagai media musik, memberitakan hal yang terjadi di skena musik Indonesia, Warning juga tidak menutup diri untuk memberitakan tentang kesenian maupun industri kreatif. Hal ini membuat konten yang awalnya tentang musik, menjadi lebih beragam. Film, sastra, isu-isu sosial-politik merupakan hal lain yang turut diberitakan oleh mereka.

Seiring berkembangnya zaman dan perputaran arus internet yang semakin kencang. Media-media baru mulai bermunculan untuk turut memeriahkan pemberitaan industri music indie yang ada di Yogyakarta. Sebut saja HOOKSpace yang turut mengambil peran dalam meramaikan hal

tersebut dengan menawarkan suguhan baru dan aneka konten yang kreatif dalam penyajiannya di era digital sekarang ini.

Awal mula perjalanannya HOOKSpace bukanlah menjadi sebuah media musik. Mereka beralih menjadi media terhitung sejak pertengahan 2017. HOOKSpace memposisikan diri sebagai media yang hidup tidak hanya untuk para musisi saja, namun setiap orang yang selalu hidup tak lepas dari iringan dan lantunan musik. Menawarkan berbagai macam konten yang sekiranya dapat dinikmati banyak kalangan, mereka memberikan konten-konten kreatif yang dapat dinikmati secara visual, audio, maupun audiovisual. Sebut saja seperti podcast, opini, ataupun bincang-bincang singkat dengan sosok dibalik industri permusikan Indie Indonesia.

Kedua media ini dipilih sebagai bentuk representasi portal musik lokal yang turut berperan aktif dalam memberitakan band Indie. Melalui berbagai macam strategi pemberitaan yang berbeda membuat saya sebagai peneliti memiliki ketertarikan tersendiri. Seperti Warning yang masih turut aktif memberitakan berbagai rangkaian gigs yang ada dan HOOKSpace melalui berbagai macam review dan opini yang dekat dengan kawula muda. Alasan untuk menguatkan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini ialah belum adanya penelitian serupa yang membahas soal media musik.

B. Rumusan Masalah:

- Bagaimana manajemen redaksional dari portal musik lokal Warning Magazine dan HOOKSpace?

C. Tujuan Penelitian:

1. Secara umum tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui manajemen redaksional dari portal musik lokal Warning Magazine dan HOOKSpace

2. Secara khusus tujuan penelitian ini ialah:

- Melihat perbandingan dari manajemen redaksional yang telah dilakukan oleh masing-masing portal musik Warning Magazine dan HOOKSpace.

- Menganalisis signifikansi eksistensi music indie melalui pemberitaan yang sudah dilakukan oleh portal music lokal tersebut.

D. Manfaat Penelitian:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti tentang manajemen redaksional melalui media *online*

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi gambaran bagi mahasiswa atau penggiat media *online*, khususnya dalam dunia permusikan tentang manajemen redaksional seperti apa yang cocok diterapkan dalam era digital dewasa ini.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penulisan yang telah dilakukan, ditemukan beberapa skripsi yang memiliki kesamaan tentang bagaimana manajemen redaksional yang ada di sebuah media. Beberapa penelitian yang telah dilakukan tersebut memberikan gambaran tersendiri untuk membantu peneliti dalam memperoleh data.

a). Musik Indie Sebagai Perlawanan Terhadap Industri Musik Mainstream Indonesia (Studi Kasus Resistensi Band Mocca dalam Menyikapi Industri Musik Indonesia)

Tesis ini dilakukan oleh Naldo, Mahasiswa Paskasarjana Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia dengan judul “Musik Indie Sebagai Perlawanan Terhadap Industri Musik Mainstream Indonesia (Studi Kasus Resistensi Band Mocca dalam Menyikapi Industri Musik Indonesia)” tahun 2012. Tesis ini membahas tentang bagaimana resistensi band Mocca dalam menyikapi industri musik Indonesia dalam konteks band *indie* sebagai agen perubahan strukturasi industri musik Indonesia. Tesis ini secara rinci menggunakan penelitian kualitatif dengan pendalaman studi kasus. Akhirnya mendapati kesimpulan bahwa industri permusikan di Indonesia seakan mengalami penurunan kualitas, sehingga musik *indie* yang hidup dan bangun dari komunitas seakan menjadi perlawanan terhadap *major label* yang memonopoli industri permusikan Indonesia dan menciptakan selera baru bagi masyarakat.

b). Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi Pada *Republika Online*

Penelitian yang dilakukan oleh Ina Salmah Febriani, Mahasiswa Komunikasi Islam, Fakultas Ilmu Dakwa dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi Pada *Republika Online*”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana fungsi dan penerapan manajemen redaksi yang dilakukan oleh *Republika Online*, sehingga masyarakat secara luas dapat memperoleh informasi dengan akurat dan tepat. Metodologi yang menggunakan deskriptif kualitatif ini akan melakukan penjelasan akan penerapan fungsi manajemen keredaksian dengan prinsip perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan pada *Republika Online*. Akhirnya penelitian ini mendapati kesimpulan bahwa *Republika Online* telah dapat melaksanakan dengan baik, namun ada beberapa hal yang harus diperbaiki seperti waktu rapat redaksi dan juga kehadiran reporter.

c). Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Radar Kudus

Penelitian ini dilakukan oleh Juwairiyah, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, dengan judul “Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Kudus” pada tahun 2008. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen redaksional pada surat kabar harian kudus melakukan pengelolaan materi pemberitaan. Metodologi yang digunakan ialah Kualitatif deskriptif untuk mendapatkan data yang dibutuhkan secara mendalam dan luas. Akhirnya didapati kesimpulan bahwa manajemen redaksional telah dilakukan dengan baik guna memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kabupaten Kudus, bahkan telah menerobos hingga keluar wilayah seperti Karisedenan Pati.

d). Identitas Musik dalam Indie Label (Studi Kasus Band *White Shoes and The Couples Company*)

Penelitian ini dilakukan oleh Aurelia Marshal sebagai tugas akhir jurusan Etnomusikologi, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut seni Indonesia pada tahun 2014 dengan judul “Identitas Musik dalam *Indie Label* (Studi Kasus Band *White Shoes and The Couples Company*). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana tanda-tanda yang mampu membuat

penikmat karya ciptaan *White Shoes and The Couples Company* menjadi identitas fans sehingga dapat menjadi pembedanya dengan kelompok yang lain. Dengan menggunakan metodologi analisis kualitatif deskriptif, penelitian ini menggunakan wawancara secara langsung kepada personil *White Shoes and The Couples Company* dan kelompok fansnya. Kemudian data tersebut diolah sehingga mendapatkan kesimpulan bahwa identitas yang mereka bentuk ialah dapat memberikan warna yang berbeda dalam industri musik di tanah air. Seperti melalui dandanan ala retro yang diusung juga dengan permativitas musik Jazz/pop/funk yang khas.

e). Kajian dan Tipografi Pada Majalah Indie (Studi Kasus: majalah Trolley)

Penelitian ini dilakukan oleh Natalia Ira Kartika, mahasiswi Magister program studi Desain, Institut Teknologi Bandung pada tahun 2007 dengan judul “Kajian dan Tipografi Pada Majalah Indie (Studi Kasus: Majalah Trolley)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana huruf dan tipografi pada majalah indie dalam mengikuti aturan-aturan yang sesuai untuk sebuah halaman publikasi (majalah) pada umumnya. Penelitian ini dianalisis menggunakan metode penelitian kualitatif yang berdasar pada jenis penelitian deskriptif dan didukung oleh teknik pengumpulan data melalui cara studi literatur dan studi lapangan dengan wawancara, pengamatan, survey dan analisis data. Hasil yang ditemui pada penelitian ini ialah huruf dan tipografi pada majalah indie tidak mengikuti aturan-aturan yang sesuai untuk sebuah halaman publikasi (majalah) pada umumnya. Contohnya, bentuk dan struktur huruf yang tidak beraturan, dengan menggabungkan berbagai macam huruf yang memiliki ukuran dan berat berbeda, sehingga membuat huruf sukar dibaca dan memberikan kesan anti-estetik. Hal ini didasari karena konsep gaya hidup komunitas indie berbeda prinsip dengan masyarakat pada umumnya.

2. Kerangka Teori

a). Manajemen Redaksional Pada Media Online

Dalam Bahasa Inggris, *management* berarti memimpin, mengatur, ataupun mengelola. Dalam sebuah tatanan organisasi, manajemen ialah proses untuk memimpin, mengatur, dan mengelola sumber daya dalam organisasi tersebut. Dapat diartikan bahwa manajemen merupakan cara sistematis untuk melakukan suatu pekerjaan di sebuah organisasi yang umumnya berkaitan dengan kerja tim (*team work*) untuk mencapai tujuan tertentu yang ingin dicapai (Handoko, 2003:8).

Dalam bidang jurnalistik, khususnya pers, manajemen berfungsi untuk pelaksanaan jurnalistik dalam melakukan kerja tim hingga nantinya akan memperoleh berita yang layak untuk disebarkan kepada khalayak luas. Manajemen redaksional ialah penerapan fungsi-fungsi manajemen melalui tindakan-tindakan *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* dalam pengelolaan materi pemberitaan (Pareno, 2003: 46). Memproduksi pemberitaan berkualitas, kekuatan dan daya tarik sebuah media cetak dimata pembaca terletak pada berita dan informasi yang disajikan (Fink dikutip Juwairiyah, 2008:10). Berita yang hendak disajikan kepada masyarakat sebagai audiens tentunya terlebih dahulu melalui proses dan tahapan yang telah dilakukan oleh tim redaksional sebagai yang punya tanggung jawab. Tahapan-tahapan yang dilakukan yakni:

1) *Planning* (perencanaan)

Tahapan perencanaan yang baik akan berbanding lurus dengan berita yang dihasilkan. Pada umumnya proses pencarian data yang dibutuhkan ditempuh melalui rapat redaksi. Setiap reporter atau wartawan dapat memberikan usulan ataupun ide mengenai berita apa yang hendak diliput.

2) *Organizing* (pengorganisasian)

Organizing berperan penting akan penyusunan struktur organisasi dan pembagian tugas dalam keredaksian. Proses ini dikenal sebagai *staffing* yang berperan penting dalam melaksanakan aktifitas redaksional.

3) *Actuating* (penggerakan)

Penggerakan dalam aktifitas redaksional berperan dalam menggerakkan orang-orang serta fasilitas penunjangnya untuk mencapai tujuan guna menghasilkan produk jurnalistik yang meliputi proses peliputan, penulisan dan penyuntingan berita.

4) *Controlling* (pengawasan)

Guna mengetahui kegiatan yang dilakukan dalam aktifitas redaksional berjalan dengan lancar adalah peran dari tahapan pengawasan. Pentingnya pengawasan ini juga berperan dalam melakukan evaluasi atas produk jurnalistik yang dihasilkan dan informasi yang telah disebarkan.

Seiring perkembangan zaman, internet memberikan dampak besar kepada sistem kerja yang ada di meja redaksional. Ini dikarenakan media online memiliki ciri khas untuk dapat

menyampaikan berita secara cepat dan terkini kepada khalayak. Sehingga media online dianggap lebih unggul dibandingkan dengan media elektronik baik radio maupun televisi (Suryawati, 2014:46). Perbedaan dalam melakukan riset untuk media *online*, proses tahapan jurnalistik, rubrikasi isi, desain, ataupun visualisasi media yang dilakukan.

b). Jurnalisme Online

Arus perkembangan teknologi terus berjalan secara cepat. Awalnya media cetak merambah sebagai pusat penerimaan informasi bagi masyarakat, mulai tersisihkan oleh kehadiran media baru atau dapat disebut sebagai media *online*. Media *online* sendiri hadir sebagai bentuk konvergensi media dalam aliran konten berbagai platform media sebelumnya. Dengan hadirnya konvergensi media inilah, akan membuat perubahan yang sangat besar dalam industry media. Sebut saja seperti variasi konten yang disajikan semakin banyak dan beragam. Disokong oleh kehadiran internet yang semakin maju, berita seakan semakin mudah untuk diterima oleh masyarakat, penyebaran informasi dapat berjalan secara luas dan cepat. Sehingga dengan kehadiran media *online* ini menghasilkan sistem kerja dan pengelolaan berita yang baru, dikenal sebagai praktik jurnalisme *online*.

Jurnalisme *online* ialah proses penyampaian pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio dan video serta memungkinkan pengakses untuk membaca kembali berita yang telah lalu (Richard Craig, *Online Journalism* (USA: Thomson Wadsworth, 2005). Media massa modern memang tak bisa dilepaskan oleh media *online* sekarang ini, karena mereka membutuhkannya guna menyampaikan berita melalui internet yang dirasa akan cukup efektif dan cepat dalam penyampaian dan penerimaan informasinya. Inilah mengapa pengalihan kepada dunia maya melalui internet dirasa sangat tepat untuk menghadapi tantangan di era sekarang, namun tetap kegiatan jurnalistik yang dilakukan pun harus selaras dengan bagaimana berita disampaikan sesuai ideology media mereka, dan gaya manajemen yang kelak akan diterapkan.

Kegiatan jurnalistik yang terdapat dalam jurnalisme *online* ialah pelaporan fakta yang dilakukan dengan bantuan internet. Sehingga dalam praktiknya, jurnalisme *online* akan mempertimbangkan berbagai ragam format media untuk menyusun pelaporan berita. Karakteristik seperti pemberitaan yang real time, interaktif dalam pemberitaannya, dan dapat lebih mudah untuk didokumentasikan karena adanya jejak digital membuat media cetak mulai semakin tertinggal dan beralih dalam penerapan *online*.

Kehadiran Jurnalisme *online* ini yang dibantu dan didukung oleh internet dianggap telah berhasil menggusur jurnalisme cetak secara perlahan namun pasti. Hanya dengan menggunakan gadget yang hampir dimiliki oleh semua orang, membuat jurnalisme *online* dalam pemberitaannya lebih efektif, mudah untuk diterima, dan dapat dilakukan dalam waktu yang secepatnya. Sehingga dengan penjelasan singkat tersebut membuat Jurnalisme *online* dilihat dapat menciptakan suatu cara yang unik untuk memproduksi berita dan mendapatkan konsumen berita dengan menggabungkan fungsi-fungsi dari internet dengan media tradisional (Santana, 2005:135).

c). Jurnalisme Musik

Fenomena penulisan tentang dunia musik (sebelum lebih familiar penggunaan jurnalisme musik) sudah berkembang sedari tahun 1960-an di tanah Inggris dan Amerika. Pada tahun tersebut percetakan musik dan *pop culture* mulai bermunculan seperti Cream ataupun Rolling Stone. Terkhususnya Rolling Stone yang muncul pada tahun 1967 merupakan palang penting dalam perkembangan Jurnalisme Musik di dunia. Pada awalnya jurnalis musik adalah fans musik itu sendiri atau kerap disebut ‘fans yang tercerahkan (enlightened fans) (Gudmundsson et al, 2002).

Pada perkembangannya dewasa ini, tak ada institusi resmi yang mempelajari jurnalisme musik sebagai sebuah disiplin ilmu, meski sudah ada beberapa perguruan tinggi di Inggris ataupun Amerika yang mulai menerapkannya sebagai sebuah disiplin ilmu. Dimana jurnalisme musik ini berperan penting dalam menyediakan informasi dan perkembangan yang ada dalam skena musik. Sama seperti halnya perkembangan dan pertumbuhan industry permusikan, kebutuhan akan informasi tentang permusikan menjadi bagian yang penting dalam perkembangan budaya populer saat ini. Terlebih ditambah perkembangan media sekarang ini yang seakan sudah tidak dapat dibendung lagi.

Jurnalisme musik di Indonesia sendiri mulai berkembang sejak munculnya keberadaan Aktuil, media yang selama tiga belas tahun mengawal peristiwa dan perkembangan skena musik Indonesia, dan menciptakan opini dalam dunia pencinta musik. Meski media konvensional seperti RRI dan TVRI juga turut mengambil peran dalam meramalkan dunia permusikan Indonesia, namun mereka hanya mengambil peran sebagai sarana promosi, tidak sebagai ‘produk’ jurnalistik itu sendiri. Aktuil bukan media atau majalah yang pertama kali menampilkan musik sebagai konten utamanya. Sebelum Aktuil, tahun 1963 di Yogyakarta majalah Discorina terbit. Jauh sebelum itu, tahun 1957, tercatat pernah terbit majalah Musika.

Media massa yang sudah mulai terkonvergensi sekarang ini membuat jurnalisme musik memiliki bentuk yang lebih variatif. Meski musik *mainstream* masih kerap kali menjadi muka di berbagai media konvensional, akan tetapi mulai banyak media alternative yang mengambil peran untuk lebih mengedapankan musik yang seakan melawan keinginan dari pasar. Jurnalisme musik seakan hadir untuk memberikan informasi tentang perkembangan dunia musik di Indonesia dalam bentuk tulisan dan masih hadir dalam menemani keseharian kita. Dengan bantuan konvergensi tadi, Jurnalisme Musik masih dapat bertahan hidup dengan perkawinan dari teknologi media terkini seperti media sosial dan *Youtube* yang turut memberi pengaruh besar.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Maleong (2006: 6), penelitian kualitatif merupakan metode yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik/utuh dan dengan menggunakan pendekatan deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Penelitian ini juga turut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Beberapa literature terkait mengungkapkan bahwa studi kasus berupaya untuk menggambarkan dan memberikan definisi tentang suatu peristiwa dengan sistematis. Sehingga studi kasus ini tidak dapat dilakukan dalam kurun waktu yang singkat, karena memiliki beberapa tahapan dalam pengumpulan data. Sehingga nantinya penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat akan penelitian di kemudian hari.

Selain studi kasus, teknik wawancara juga digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Hasil wawancara yang diperoleh nantinya akan digunakan menggunakan analisis Miles and Huberman guna memperoleh data yang lebih spesifik. Miles dan Huberman menjelaskan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas yang dilakukan dalam analisis data itu sendiri yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

2. Paradigma

Paradigma merupakan cara pandang terhadap suatu permasalahan. Paradigma dalam penelitian dapat menentukan teori yang akan dipilih, metode penelitian, dan juga metode dalam pengumpulan data yang akan digunakan. Berdasarkan pandangan dalam uraian pemikiran, paradigma yang akan digunakan oleh peneliti ialah Positivis, karena paradigma ini untuk menemukan dan atau memperoleh konfirmasi tentang adanya hubungan sebab-akibat.

Penelitian ini mencoba melihat sudut pandang dari masing-masing media untuk mengangkat eksistensi dari band *indie*. Sudut pandang yang dimaksud dapat berupa sosok dari punggawa band, orang-orang dibalik layar, memberikan ulasan tentang produk-produk yang dihasilkan dan yang lainnya. Hingga nantinya akan terlihat seberapa penting manajemen redaksional yang dilakukan oleh media tersebut.

3. Objek Penelitian

Objek dari penelitian yang akan dilakukan ini ialah HOOKSpace dan Warning Magazine. Pemilihan narasumber nantinya akan berdasarkan konteks dari posisi atau kedudukan dari media tersebut yang merupakan induk dari departemen redaksional, yaitu pemimpin redaksi. Pemimpin redaksi memiliki tugas utama untuk mengendalikan kegiatan keredaksian yang meliputi penyajian berita, peliputan berita, hingga nantinya berita itu dilaporkan dan dipublikasikan. Pemimpin redaksi juga turut mengawasi terhadap pengelolaan media dan konten isi agar dapat berjalan dengan baik sesuai dengan praktik jurnalisme.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Warning Magazine



Gambar 2.1 Logo Warning Magazine

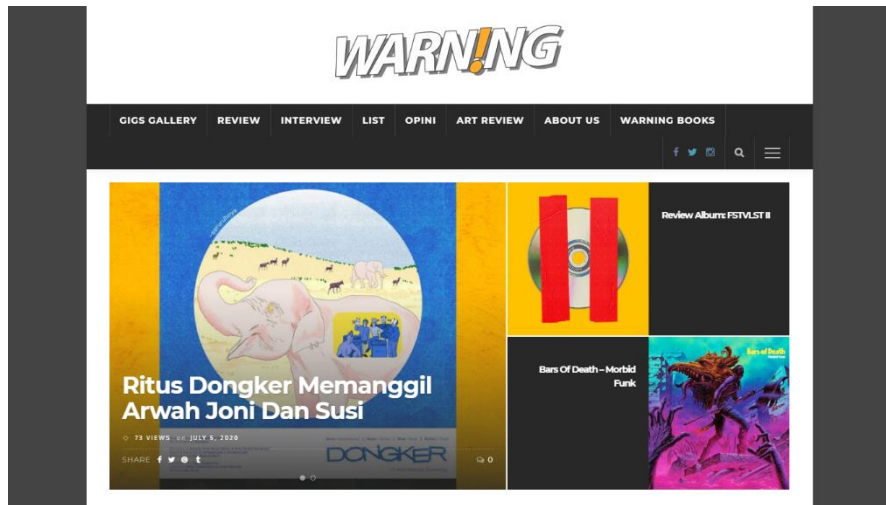
1. Profil

Warning Magazine adalah media yang memiliki fokus terhadap perkembangan yang ada mengenai budaya populer. Berbasis di Yogyakarta, Warning hadir untuk menyajikan ulasan-ulasan mengenai musik, sastra, sinema, dan produk-produk budaya lainnya. Tidak hanya terbatas terhadap hal-hal yang telah disebutkan, Warning juga memberikan ruang untuk isu-isu sosial, politik dan budaya. (sumber: www.warningmagz.com/tentang-kami/).

Didirikan oleh Tomi Wibisono bersama rekannya Soni Triantoro, Warning sendiri hadir guna meluapkan kegelisahan atas isu politik dan musik. Mereka juga turut mengajak kawula muda (mahasiswa khususnya) yang ada di Yogyakarta agar dapat mendapatkan tempat untuk mencari pengalaman akan jurnalistik, khususnya musik.

2. Produk

Kegiatan kejournalistikan tentu menghasilkan produk-produk yang diperoleh dari hasil peliputan. Hal ini sebagai bentuk nyata praktik jurnalistik yang telah dilakukan, sebagai penghubung informasi yang diperoleh dan nantinya akan diterima oleh masyarakat umum. Warning Magazine sendiri sebagai media memiliki dua produk jurnalistik yang dihasilkan, yaitu dalam bentuk daring dan juga cetak.



Gambar 2.2 Media online Warning Magazine

Sebagai media independent yang digerakkan oleh mahasiswa, tentu Warning terkendala untuk masalah pembiayaan saat mengeluarkan hasil cetak mereka. Mereka sendiri lebih memilih untuk melakukan iuran sebagai modal dalam produksi produk cetak. Meski begitu, Warning tetap mampu menghasilkan hingga 1.000 eksemplar tiap edisinya dan dapat disebar ke 39 titik penjualan pada 13 kota di Indonesia. Puncaknya mereka juga dapat menyebarkan hasil produksi hingga negara tetangga, Singapura.

Semboyan *Without Border* adalah semboyan yang mereka usung untuk memuat hasil produk jurnalistiknya yang merambah segeala bentuk jenis music, film dan isu sosial politik. Hal ini juga terlihat pada edisi perdana Warning yang mengangkat tema “*Occupy Jogja*”, dimana salah satu hasil wawancaranya dijadikan buku yang bertajuk *Questioning Everything: Kreativitas di Dunia yang Tidak Baik-Baik Saja*



Poster perisilisan produk cetak Warning Magazine “*Occupy Jogja*”

B. HOOKSpace



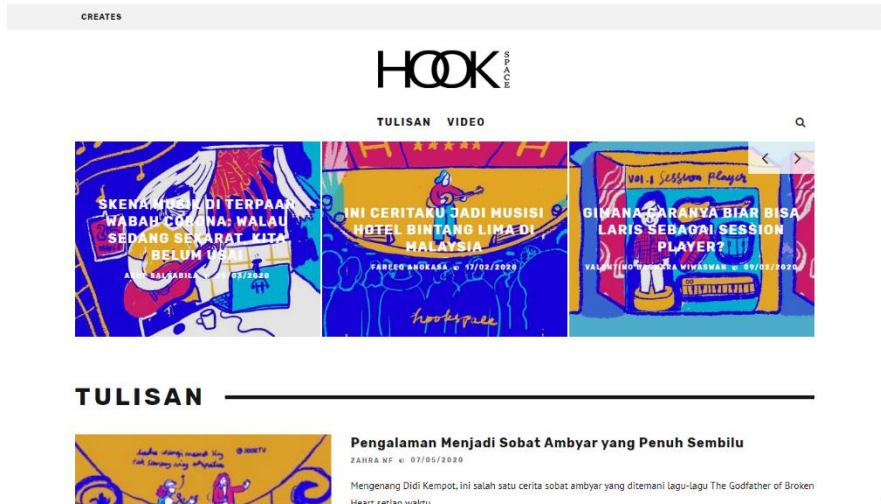
Gambar 2.3 Logo HOOKSpace

1. Profil

HOOKSpace ialah media yang memperjuangkan hak-hak dan martabat pelaku industri musik yang ada di Indonesia. Didirikan oleh Faisal Amin pada 2016, media HOOKSpace ini tidak hanya hidup hanya untuk para musisi, namun juga pada orang-orang yang tak pernah lepas terhadap nada dan irama yang menemani kegiatan sehari-hari. Semua konten yang dihasilkan oleh HOOKSpace diperuntukkan oleh siapa saja yang menikmati musik, karena mereka memegang teguh bahwa musik bukanlah monopoli oknum, akan tetapi milik semua kalangan masyarakat. (sumber: www.hookspace.id/tentang-kami/)

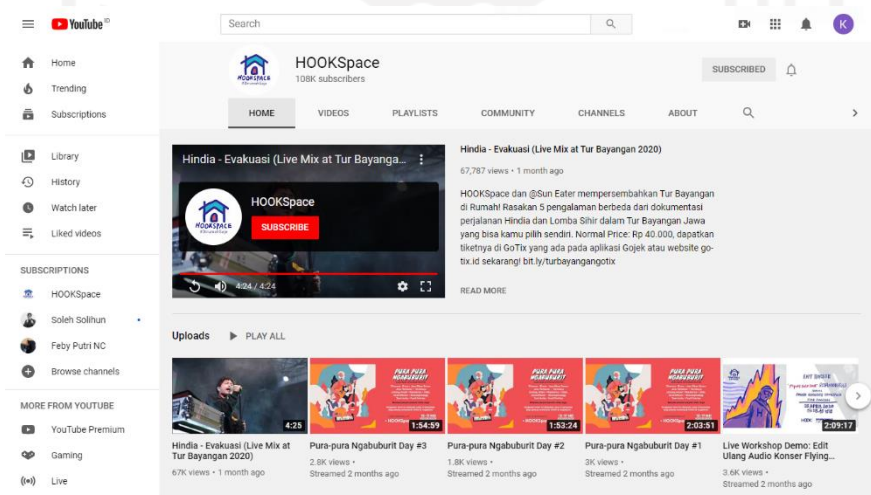
2. Produk

Dalam menunjang informasi musik yang dibutuhkan oleh masyarakat, HOOKSpace bergerak dengan membuat konten yang berfokus pada tulisan dan juga video, semuanya tentu melalui media daring. Untuk tulisan tentu HOOKSpace tidak hanya berfokus terhadap musisi yang telah memiliki nama besar yang melekat, namun juga musisi-musisi baru agar mereka juga dapat memiliki tempat agar dikenal oleh masyarakat secara luas.



Gambar 2.4 Tampilan website HOOKSpace.id

Meski begitu, nama HOOKSpace mulai muncul kepermukaan dan dikenal oleh masyarakat berkat unggahan video-video yang ada di kanal *Youtube* mereka. Hingga tulisan ini ditulis, jumlah *subscribers* yang mereka telah miliki mencapai angka 100.000. Banyak musisi yang akrab dengan penikmat musik kalangan remaja telah menjalani kolaborasi bersama mereka, sebut saja Hindia, Pamungkas hingga Tiga Pagi. Sajian hasil kualitas rekaman yang membuat penonton nyaman menikmati dan tak lupa hasil kualitas suara yang dihasilkan membuat konten video HOOKSpace mendapatkan hati para penikmat musik.



Gambar 2.5 Tampilan kanal *Youtube* HOOKSpace

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada penilitan ini, peneliti ingin melihat bagaimana manajemen redaksional portal musik lokal Warning dan HOOKSpace. Selanjutnya, peneliti mencoba memaparkan bagaimana temuan-temuan yang diperoleh dari hasil wawancara kepada masing-masing narasumber yang telah ditetapkan sebelumnya. Pembahasan yang dilakukan ialah hasil dari fakta penelitian yang ada di lapangan berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, kemudian akan dilakukan analisis dengan menggunakan teori dan kerangka pemikiran yang dianggap relevan dan sesuai dengan penelitian yang diangkat.

Manajemen redaksional dalam praktik jurnalisme mempunyai fungsi yang sangat penting untuk mengatur dan mengelola kegiatan yang berputar di meja redaksi guna menghasilkan produk jurnalistik. Manajemen redaksional berarti proses antar anggota yang terjadi di meja redaksi yang merupakan satu kesatuan secara efektif untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Manajemen redaksional sendiri ialah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi, dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat (Indardi, 2015:49)

Proses yang terjadi dalam manajemen redaksional merupakan bentuk dari strategi yang diterapkan guna melakukan produksi berita. Produksi berita yang dilakukan terlebih dahulu dimulai dengan pembuatan ketetapan, perencanaan untuk organisasi (pers) tersebut dan menjalankan praktik jurnalistik agar bisa menjadi pegangan dalam merencanakan tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam proses liputan, lalu untuk mengorganisir jalannya kegiatan untuk siapa saja yang melakukan peliputan berita dan ditutup dengan proses pengawasan dan evaluasi.

A. Portal Musik *warningmagz.com*

Yogyakarta sejatinya memang menjadi tempat yang sangat strategis bagi musisi tanah air yang ingin meniti karir. Tentunya ini juga berkat bentuk partisipatif portal musik lokal yang juga turut membantu perkembangan para musisi. Warning sebagai media musik yang sudah hadir cukup

lama merupakan salah satu yang berperan aktif dalam memenuhi kebutuhan pemberitaan musik yang dibutuhkan. Warning sendiri bisa dibilang sebagai *pioneer* media musik di Yogyakarta yang berfokus terhadap perkembangan dunia musik melalui ulasan-ulasan yang dapat membangun dan membangkitkan semangat gairah musisi tanah air. Beberapa kali bahkan mereka juga memberanikan diri untuk melakukan wawancara terhadap musisi mancanegara. Mengusung semboyan *Without Border*, Warning tidak memiliki batasan-batasan dalam pemberitaan musik yang mereka lakukan. Selagi pemberitaan itu dianggap layak untuk diangkat dan dapat memberikan kesenangan terhadap penulis dan pembaca, maka akan mereka beritakan. Semboyan tersebut juga berlaku dengan tidak terbatasnya pemberitaan tentang musik saja, tapi juga terhadap isu yang lebih beragam. Film, sastra, isu-isu sosial, hukum dan politik juga kerap mereka angkat sebagai acuan dalam bahan tulisannya.

a. Manajemen Redaksional *warningmagz.com*

Pada media Waning Magazine, peneliti mewawancarai dua narasumber yaitu Tomi Wibisono sebagai *Founder* dan juga Hasya Nindita selaku *Editor in Chief*. Perjalanan sebagai media cetak telah mereka tempuh hingga terbit edisi ke 7. Fokus utama Warning sendiri pada mulanya ialah musik, namun seiring berjalannya waktu mereka mulai berfokus juga terhadap budaya populer, kesenian seperti sastra, sinema dan produk-produk budaya lainnya. Warning juga berdiri sebagai media yang sadar politik. Ruang-ruang terhadap isu sosial, hukum, politik maupun budaya juga turut diulas sebagai bentuk dukungan terhadap kontributor-kontributor yang telah memberikan karyanya.

Sesuai dengan apa yang mereka gaungkan yaitu *Without Border*, bahwa tidak ada batasan atas apa yang akan mereka tulis dan angkat. Kreativitas tinggi menjadi junjungan Warning dalam mengelola produk jurnalistik yang mereka hasilkan. Meski bergerak dalam media cetak, Warning juga turut bergerak sebagai media *online* sedari munculnya mereka ke permukaan.

Awalnya kita ingin mewadahi teman-teman yang suka nulis, kebetulan semuanya suka musik. Jadilah media musik. Utama itu musik, Nah kemudian kita beriringan dengan pop culture, sosial politik, bahas film juga dan bahas buku. Belakangan malah lebih banyak bukunya sih. (Tomi, wawancara 17 Agustus 2020)

a) Proses Perencanaan

Perencanaan adalah kegiatan yang dilakukan untuk merumuskan akan kegiatan apa yang akan dilakukan dalam proses jurnalistik. Langkah awal ini dilakukan biasanya sebelum terjun ke lapangan untuk melakukan proses peliputan. Pembahasan yang dilakukan biasanya terkait dengan strategi, pemetaan, pemberitaan dan bagaimana peliputan dilakukan untuk mencapai tujuan dari kegiatan jurnalistik yang dilakukan.

Proses manajemen redaksional yang dilakukan Warning Magazine tidak jauh berbeda dengan media pada umumnya. Namun, yang membedakan ialah bagaimana media ini berkembang atas kesadaran anggotanya sendiri. Bagaimana mereka dapat memaksimalkan potensi yang mereka miliki untuk membantu berkembangnya Warning Magazine. Oleh karena itu, Warning dibangun atas inisiatif tinggi para anggotanya dan tidak dituntut dalam proses praktik kerja yang terjadi. Warning menolak sistem perencanaan pada umumnya yang membuat jurnalis harus menulis sesuatu yang tidak mereka sukai.

Kita basisnya pengen jadi media yang dibangun atas inisiatif. Jadi dari awal masuk rapat bukan kamu disana kamu disini. Kerjakanlah sesuai dengan yang disukai. Kita menolak sistem media pada umumnya yang membuat penulis maupun jurnalis untuk menulis sesuatu yang tidak mereka sukai. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Setiap melakukan rapat, Warning selalu membagikan rencana-rencana apa yang akan mereka tulis agar semua tim redaksi tahu tentang yang direncanakan. Sehingga, tidak ada batasan untuk tiap-tiap anggota dalam melakukan proses peliputan. Semua dapat meliput apa saja yang mereka sukai. Setiap penulis di Warning mempunyai hak yang sama dalam menyampaikan pemberitaan yang perlu untuk diangkat. Semua ide yang terkumpul akan ditampung hingga nantinya dikurasi untuk layak atau tidaknya terbit dalam media cetak ataupun media *onlinenya*. Warning melakukan kebebasan dalam kurasi sekarang ini juga berdasarkan terbatasnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh Warning. Jumlah anggota aktif sekarang berkurang jauh dari awal mula mereka terbentuk.

Kalau hak yang sama iya, semua boleh mengajukan idenya, tapi tetap akan ada proses kurasi. Kira-kira layak atau engga untuk diangkat. Kalo layak ya akan kita lanjutkan, kalo ide nya kurang menarik ya kita liat dulu pertimbangan dari teman-teman. Tapi kalo untuk yang sekarang sih sebenarnya semakin bebas. Karena juga anggota kita terbatas sih. (Hasya, Wawancara 17 Agustus 2020)

Perubrikasian yang dilakukan oleh Warning tidak memiliki target khusus setiap bulannya. Tidak ada target tertentu bahwa setiap bulannya harus diterbitkan tulisan-tulisan di rubrik tertentu. Hasya juga mengungkapkan bahwa akan terasa sangat sulit sebagai media yang independen jika diharuskan ada tuntutan target tulisan setiap bulannya. Kembali lagi kepada inisiatif yang dimiliki oleh anggota.

Target perbulan tuh bukan harus selalu ada, jadi ga harus rubrik tertentu selalu terbit. Kalo dibayar mungkin bisa kita adakan target, tapi karena ini atas inisiatif ya kita gabisa paksa yang lainnya juga. Pokoknya kita selalu mengusahakan sekarang ini tiap bulan untuk selalu ada terbitan tulisan dari rubrik manapun itu. (Hasya, Wawancara 17 Agustus 2020).

Selain itu, Tomi juga menuturkan bahwa mereka tidak menampik Warning turut sering untuk memberitakan musik-musik *mainstream*. Warning sendiri berpegang bahwa mereka masih menyangkan media musik Yogyakarta yang masih kurang mengulas lebih lanjut dalam bentuk tulisan. Mereka menolak batasan-batas bahwa musik *indie* tidak bisa disamakan dengan musik *mainstream*.

Media korporat yang membahas musik pastinya masih banyak yang membahas musik populer (mainstream) gitu kan. Kebanyakan juga kalo media, zine musik ya bahasnya yang inti-intinya gitu. Nah kalo dari kita, kita tabrakin gitu loh. Semisal nih ada band Alexa, kita satukan sama band metal seperti band rock Dumb dalam satu rilisan. Nah yang kek gitu maksudnya gaada batasan. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Kesadaran akan politik yang coba ditimbulkan oleh Warning sendiri juga dicerminkan dari hasil wawancara yang telah mereka lakukan. Menurut Tomi, pendengar akan lebih gampang untuk mendengar suara musisi favorit mereka berbicara tentang politik jika dibandingkan dengan pakar politiknya itu sendiri.

Kayak waktu itu kita pernah wawancara Banda Neira, kan pas lagi naik-naiknya tu sebelum udahan (bubar). Disitu kita masukin pertanyaan-pertanyaan tentang mogok kerja, buruh atau segala macem. Sering kita bungkus politik lewat itu. Enak aja rasanya minjem mulut musisi-musisi gitu dibanding kita nulis opini sendiri. Lebih didengar sama orang soalnya. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Upaya mendukung musisi Yogyakarta juga dilakukan oleh Warning. Tomi mengungkapkan bahwa memang bukan tanggung jawab langsung dari mereka untuk membantu eksistensi musisi yang ada di Yogyakarta, tapi setidaknya tetap mencoba untuk mengambil peran. Bentuk peran yang dilakukan biasanya seperti pemberitaan dari *press release* yang diberikan oleh musisinya langsung ataupun melakukan *review* terhadap rilisan yang mereka anggap menarik.

Kami kalau ditanya media Jogja atau bukan, ya engga juga. Kita bukan media yang khusus band-band Jogja. Kita juga tidak punya tanggung jawab untuk memberitakannya, terkesan heroik banget. Tapi kita coba membantu mereka, seperti press releasenya dibikin berita dan juga review album. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Selain itu perencanaan untuk *review album* juga dilakukan oleh Warning. *Review* dilakukan berfokus pada musisi lokal, baik di Yogyakarta maupun di luarnya. Namun kembali kepada terbatasnya sumber daya yang mereka miliki, terkadang *review* tidak selalu mereka terbitkan meski hasrat yang dimiliki untuk melakukannya sangat tinggi.

Pengennya sih ada, cuman terkadang yang nulis juga bekerja mencari uang, jadi kadang kalo ga ada waktu mereka ada yang nyari uang, ada yang lagi tesis, ada yang lagi skripsi juga. Jadi semua waktunya itu kalo lagi ada waktu mereka bakal ngereview, kalo semisal emang gaada ya gabisa maksain juga karena nyari uang. (Hasya, Wawancara 17 Agustus 2020)

Pernah terjadi keunikan dari tulisan yang sudah dirilis oleh Warning. Tomi bercerita tentang ulasan yang dibahas oleh Warning menyoali album ke 2 Festivalist, *FSTVLST II*. Uniknyalah *review* yang sudah mereka lakukan, mendapat *review* kembali dari pembaca yang kemudian dipublikasikan kembali oleh Warning. Sehingga, di sini Warning tidak membatasi siapa saja yang ingin melakukan respon terhadap produk yang mereka keluarkan.

Jadi review FSTVLST II dirujuk sama reviewer selanjutnya. Jadi review tulisan pertama yang sudah kita terbitkan dari kiriman orang, di review lagi sama pembaca, kan jadi keren. Berarti pembaca saling memberikan respon terhadap tulisan yang sudah diterbitkan. Sehingga mereka dapat saling bertukar pikiran atas apa yang mereka sudah baca. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020).

b) Pengorganisasian

Pengorganisasian mengacu pada pembagian kerja yang dilakukan masing-masing divisi agar dapat diketahui tugas dan kewajiban yang harus dilakukan atau dilaksanakan. Seperti pencarian berita di lapangan, maupun editor yang bertugas untuk melakukan olah tulisan setelah tulisan terselesaikan. Bentuk lain yang dapat dilihat dari pengorganisasian adalah departementalisasi struktur yang dimiliki, pembagian tugas pada keredaksian, proses riset maupun pengembangan sumberdaya.

Struktur organisasi yang ada di Warning sebenarnya sama seperti yang ada di media pada umumnya. Seperti pemimpin redaksi dan penulis untuk yang bertanggung jawab dalam

kepenulisan, lalu ada *developer* yang turut membantu pengelolaan *Website*. Sosial media yang dimiliki Warning juga dipegang langsung oleh admin yang bertanggung jawab. Dilanjutkan dengan pengelolaan konten sosial media sendiri dipegang oleh tim Visual Artistik mereka.

Standar sih, ya. Untuk kepenulisan ada pimrednya dan penulisnya. Untuk yang bertanggung jawab dengan website ada Developernya. Sosial media juga ada, dipegang admin medsos. Terus yang ngurusin layout juga ada, visual artistic. Udah itu aja. Itu juga dirangkap dua orang dua orang kayaknya. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Warning sebagai media independen sendiri mengakui bahwa sebenarnya struktur organisasi tidak menjadikan adanya sekat diantara mereka. Terpenting bagi mereka ialah adanya penulis yang menghasilkan tulisan yang nantinya akan terbit setelah mengalami proses penyuntingan oleh pemimpin redaksi hingga nantinya diterbitkan.

Dari dulu sebenarnya kita sering rangkap kerja. Siapa yang lagi liputan di suatu acara, ya dia juga sekaligus sebagai fotografer disana juga. Kalo dulu sih setiap tulisan yang dihasilkan masuk ke editor dulu lalu ke pemred. Tapi kalo sekarang karena terbatasnya sumber daya tadi, editornya ya penulisnya itu sendiri. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Setiap pembagian tugas Tomi juga selalu melakukan rapat terlebih dahulu, via *offline* maupun *online*. Terpenting baginya ialah siapa yang bersedia untuk berangkat, silahkan berangkat. Warning tidak pernah menerapkan batasan ataupun pemberian jatah terhadap penulis tertentu, sehingga semua mendapatkan kesempatan yang sama.

Pasti, siapa yang lagi selo ya silahkan berangkat. Jadi gaada paksaan siapa yang harus berangkat kemana. Biasanya sih siapa yang duluan respon aja yang berangkat ke lapangannya. Rapat pun juga gaperlu dilakukan secara langsung, kan ada grup di LINE. Jadi kita bagikan disana, siapa yang bisa berangkat ya silahkan berangkat. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Tomi mengakui bahwa setiap anggota Warning tidak pernah mempermasalahkan adanya anggota yang selalu mendapatkan jatah untuk terjun ke lapangan. Baginya, kembali lagi pada prinsip awal tadi, bahwa setiap anggota sadar akan porsi masing-masing. Sehingga, setiap anggota sudah terbiasa untuk menulis sesuai dengan kesukaan mereka masing-masing.

Kok dia terus yang ngambil? Itu ga pernah terjadi sih disini. Kayak semua udah pada sadar sendiri dengan porsinya. Semua penulis disini kan alirannya beda-beda, ga mungkin dong yang suka aliran musik folk tiba-tiba terjun kelapangan untuk liputan gigs punk?. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Terkhususkan divisi riset dan divisi desain visual, Warning belum memiliki sumber daya yang siap untuk melakukan hal tersebut. Untuk riset sendiri biasanya dilakukan langsung oleh penulis yang terjun ke lapangan untuk menunjang kebutuhan dalam proses kepenulisannya. Sedangkan untuk desain visual juga mereka belum pada tahap yang begitu serius. Seperti pengolahan jurnalisme data, infografis dan sejenisnya belum dapat dilakukan oleh Warning.

Kalau visualisasi belum sih kalau sekarang. Karena tidak ada sumber daya yang siap melakukan itu, butuh effort yang banyak untuk mengolah data jadi infografis. Tapi kalo untuk riset ya tentu pake, tapi langsung dari penulisnya. Kalo tulisan yang ada di Warning dibaca, akan ada beberapa tulisan yang menggunakan data-data yang sudah dikumpulin terlebih dahulu sebelumnya. (Hasya, Wawancara 17 Agustus 2020).

Divisi pengembangan sumber daya manusia tidak dimiliki oleh Warning, karena merasa kurang begitu dibutuhkannya divisi tersebut. Bagi Warning semua anggota bebas untuk menentukan berkembang disini atau tidak. Jika memiliki keputusan untuk memilih keluar dari Warning, maka tidak akan ditahan. Sedangkan untuk divisi Perusahaan sendiri dipegang dan diatur langsung oleh Tomi selaku founder. Tidak adanya divisi khusus yang menangani

Kita jujur aja, sebagai media non-profit sangat susah untuk ngomongin masalah kedisiplinan anggota. Jadi kalau ada yang memutuskan untuk keluar, ya silahkan keluar aja. Kalau untuk urusan sponsor dulu pernah ada yang ngasih buat cetak majalah. Tiba-tiba ada orang yang ngontak untuk ngasih duit sembari bilang “saya tahu bikin majalah itu susah”, eh langsung dikasih duitnya. Itu ga kita sebutkan dari siapa karena orangnya gamau ditulis. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

c) Proses Pelaksanaan

Proses pelaksanaan ialah tahap perencanaan yang akan dilakukan dan mengorganisir siapa yang akan bertugas dan diterjunkan kelapangan dalam proses pencarian berita yang sesuai dan disepakati terlebih dahulu dalam rapat yang dilakukan sebelumnya. Reporter yang telah menyelesaikan tanggung jawab akan melakukan proses penulisan yang selanjutnya akan dialihkan kepada editor ataupun pemred untuk ditindaklanjuti apakah akan diterbitkan ataupun tidak.

Sesuai dengan yang sudah dijelaskan sebelumnya di atas, dalam proses produksi jurnalistiknya Warning tidak memberikan batasa-batasan kepada setiap anggotanya untuk mengulas dan mengangkat suatu ide. Menurut Tomi, ia sangat menolak untuk mengikuti sistem media yang terjadi pada umumnya. Ia tidak ingin penulis yang ada di Warning untuk menulis hal yang tidak disukai. Semua berdasarkan inisiatif sendiri demi kesenangan dan kesuksesan bersama.

Sebagai media non-profit ya kita gabisa ngasih duit ke penulis kan. Jadinya kita juga gamau maksa mereka untuk nulis sesuatu yang tidak mereka sukai. Jadi paling ga kita harus bisa kasih kesenangan, tanpa adanya paksaan yang membatasi mereka harus menulis tentang apa, Semuanya tetap berbasis pada inisiatif tadi. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020).

Warning juga turut melakukan rapat redaksi untuk menampung ide yang dimiliki oleh tiap-tiap anggotanya. Semua anggota punya hak yang sama untuk menyampaikan ide apa yang dimiliki. Sehingga tidak ada batasan untuk ide yang akan diterima. Semua ide yang diterima akan kembali dikurasi oleh Pemimpin Redaksi untuk ditindaklanjuti layak atau tidaknya diangkat menjadi sebuah pemberitaan.

Semua tulisan yang telah melalui proses penulisan oleh reporter yang terjun ke lapangan akan masuk ke editor dan lalu ditindaklanjuti oleh pemimpin redaksi. Seperti yang sudah disampaikan di atas, bahwa perbedaan dari proses terdahulu dan sekarang ialah terletak pada alur setelah tulisan diselesaikan. Jika sebelumnya tulisan yang sudah selesai akan dilanjutkan kepada editor dan pemimpin redaksi, untuk sekarang ini karena terbatasnya sumber daya manusia yang dimiliki, maka editornya ialah penulisnya sendiri.

d) Proses Pengawasan dan Evaluasi

Tahap terakhir dari sistem manajemen redaksional adalah pengawasan dan evaluasi. Proses pengawasan terjadi guna melihat apakah produk jurnalistik yang akan diterbitkan sudah layak atau tidak untuk dibaca oleh khalayak luas dan sudah memenuhi sesuai dengan kaidah jurnalistik yang berlaku. Lalu dilanjutkan dengan evaluasi untuk melihat dan meninjau kembali bagaimana kesulitan, kekurangan, hambatan yang terjadi dimulai dari proses perencanaan hingga tulisan tersebut layak untuk publikasi.

Warning dalam fungsi pengawasannya terhadap penulisan selalu mencoba menanggapi respon dari pembaca. Tanggapan-tanggapan yang diberikan oleh pembaca akan dianggap menjadi bahan acuan untuk kedepannya. Pertimbangan tulisan yang akan menimbulkan permasalahan jika sudah dipublikasikan juga dilakukan oleh Warning guna mencegah masalah yang akan muncul. Tomi sendiri mengakui lebih baik mereka mencegah di awal daripada harus menunggu evaluasi.

Kalo dibahas oleh pembaca ya sering, itukan bentuk respon dari mereka. Kalo misalnya ada tulisan yang kita anggap bermasalah ya kita lebih baik ga tayang daripada harus kena masalah. Buat apa kayak gitu, kan kita bisa mencegahnya di

awal tanpa harus menunggu evaluasi. Ada beberapa kali pas liputan, misalnya wawancara dengan narasumber dari luar, menurut kita ga layak diangkat yaudah gausah dimuat aja. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Tomi sendiri juga mengungkapkan bahwa mereka tidak pernah melakukan penarikan tulisan yang sudah terbit. Tulisan yang belum terbit dan tidak jadi untuk dipublikasi pun juga akan dibahas lagi kepada penulis agar tidak ada kesalah pahaman antara editor dan penulis.

Ga ada yang pernah ditarik. Ya itu fungsinya editor untuk melihat layak atau tidaknya tulisan. Kalau ga jadi diangkat pasti kita juga jelaskan kepada penulis kenapa tidak diangkat. Penulisnya nanti juga pasti paham juga karena memang ada yang kurang dari tulisannya. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

Proses pengevaluasian sendiri rutin dilakukan oleh Warning dalam rentan dua bulan sekali untuk membahas permasalahan-permasalahan yang ada. Terlebih masalah kedisiplinan yang terjadi pada penulis-penulisnya. Tomi sendiri secara sadar mengakui bahwa sangat sulit untuk mengatur kedisiplinan penulis yang mereka punya. Posisi sebagai media non-profit sangat sulit untuk mempertahankan penulis yang ada. Tidak jarang Tomi tidak bisa menahan anggota yang ingin keluar karena tidak ada yang bisa ia janjikan untuk membuat bertahan. Menurutnya meski rapat dan evaluasi selalu dilakukan bersama, tetap tidak bisa untuk menahan arus perputaran anggota yang cukup sering terjadi.

Evaluasi kita ada, biasanya dua bulan sekali. Pembahasan masalah kedisiplinan juga sulit dilakukan, karena kita sadar sebagai media non-profit. Karena kita tidak bisa menjadi media berbayar pada umumnya yang bisa mengatur kedisiplinan anggota. Jadi kalau ada yang mau keluar, ya keluar aja. Perputaran orang (keluar masuk anggota) itu cukup sering terjadi disini. (Tomi, Wawancara 17 Agustus 2020)

B. Portal Musik *hookspace.id*

Media musik di Yogyakarta yang menyajikan suguhan baru dan aneka konten yang kreatif penyajiannya dalam era digital sekarang ini sepertinya tidak bisa jauh-jauh dari nama HOOKSpace. Tidak hanya tulisan, tapi mereka juga aktif dalam memberikan konten audiovisual dan infografis yang tersaji rapi kepada para audiens.

Awal mula kemunculan HOOKSpace tidaklah menjadi media musik seperti sekarang. Mereka terlebih dahulu lahir sebagai *community hub* para penikmat musik Yogyakarta. Seiring berjalannya waktu, mereka menyadari bahwa akan terasa sangat kurang kalau tidak berperan langsung dalam skena permusikan Yogyakarta. Akhirnya pada pertengahan 2017, HOOKSpace

memutuskan diri mereka dalam format media. Media yang mereka cita-citakan tidak hanya sebagai pemberitaan musisi saja, tetapi juga semua kalangan yang tidak bisa lepas akan iringan dan lantunan musik dalam hidupnya. Berbagai macam konten coba ditawarkan oleh HOOKSpace agar sekiranya semua kalangan dapat menikmati sajian yang mereka suguhkan. Contoh-contoh konten kreatif mereka tidak sebatas tulisan, namun juga secara visual, audio maupun audiovisual. Seperti halnya *podcast*, opini ataupun wawancara bersama sosok dibalik industri permusikan Indonesia.

a. Manajemen Redaksional *hookspace.id*

Pada media HOOKSpace, peneliti mewawancarai dua narasumber yaitu Faisal Amin selaku *founder* dari HOOKSpace dan juga Ikhwan Hastanto yang merupakan mantan Pemimpin Redaksi HOOKSpace. Peneliti mewawancarai mantan Pemimpin Redaksinya dikarenakan HOOKSpace belum memiliki pengganti pada posisi tersebut, dan wawancara dilakukan sudah seizin dari Faisal selaku *founder*. Perjalanan HOOKSpace sebagai media sendiri juga disebabkan oleh kurangnya pergerakan aktifitas media musik yang ada di Yogyakarta. Redupnya Warning para periode 2017 hingga 2018 membuat HOOKSpace mencoba mencari kesempatan guna menjadi media musik yang dilirik oleh penikmat musik Yogyakarta. Namun tentunya dengan sajian yang berbeda.

HOOKSpace mencoba membuat konsep media musik yang lebih gampang untuk diterima dan dinikmati. Penggunaan bahasa yang familiar dan akrab dengan kehidupan sehari-hari menjadi cara agar dapat menyuarakan tulisan. Harapan besar HOOKSpace ialah ingin musik dapat dinikmati oleh siapa saja. Jika dibuat perbandingan, Warning yang tulisannya lebih akademis sedangkan HOOKSpace menjadi sajian yang lebih ringan dengan tulisan yang lebih gampang diterima khalayak luas.

Warning mengambil peran membahas musik dari perspektif yang musik banget, dalam artian yang lebih berisi dan berat. Terus dari HOOKSpace sendiri ingin menyuarakan musik dari perspektif yang lebih gampang diterima oleh kehidupan sehari-hari, terlebih orang-orang yang belum ngerti banget soal musik. Pengennya semua orang dapat mengakses soal musik. Pokoknya senyaman mungkin untuk dikonsumsi orang-orang. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Kesadaran akan kurangnya media Yogyakarta yang benar-benar melakukan pembahasan tentang musik telah dirasakan oleh HOOKSpace. Faisal menyadari bahwa mayoritas media yang ada hanya melakukan publish tanpa melakukan pembahasan. HOOKSpace sangat menghindari hal tersebut guna menjaga eksistensi mereka di Yogyakarta.

Iya kami sadar, Jogja itu sampe sekarang itu kayak gaada media yang bener-bener membahas tentang musik. Dia kadang cuman ngeshare doang, kadang bahkan cuman sekedar copast gitu lah. Dalam artian kalau ada press release yang masuk, mereka ga menyaring dan sebagainya, tinggal publish publish publish gitu. Itu yang kami hindari sih. Nah waktu itu kami sadar oh di Jogja gaada nih, yang ada paling cuman Warning, Warning waktu itu posisinya itu lagi agak hiatus atau lagi apa gitu. Kan temenku di warning juga. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Warning masih menjadi patokan bagi HOOKSpace dalam berkarya di media musik Yogyakarta. Sebagai media yang baru lahir pada periode 2018 dan terhitung sebagai ‘bayi baru’ yang muncul ke permukaan, tentu HOOKSpace butuh media yang menjadi pedoman mereka.

Waktu itu Warning agak kurang inilah, lagi kurang naik, lagi hiatus, lagi redup-redupnyalah. Terus kami masuk, apasih yang disajikan warning, apasih yang disajikan sama media-media lain. Kami pelajari, akhirnya kita temukan titik, oh warning mengambil peran di membahas musik dari perspektif musik banget, dalam artian bahasanya berat, dalam artian yang njelimet gitu lah. Di akademis gitu lho. Ya mungkin itu konsepnya buat pelaku musik gitu lah. Terus kami punya pandangan bahwa, ketika ingin menyuarakan musik, membunyikan musik, kami harus menggunakan bahasa yang familiar, yang gampang, ya bahasa tongkrongan sehari-hari. Karena kami pengennya itu musik bisa diakses oleh siapa aja. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Ketika sudah mendapatkan bentuk media yang akan mereka lakukan, akhirnya HOOKSpace bergerak sebagai media musik yang ikut meramaikan skena musik yang ada di Yogyakarta. Sehingga mereka tidak menjadi bentuk media yang gampang dan hanya meramaikan saja, namun bisa dinikmati oleh semua penikmat dari kalangan mana saja. Baik itu ibu rumah tangga hingga produser musik.

Produser rekaman sampe ibu rumah tangga yang tiap hari masak sambil jualan online dan lain sebagainya. Nah pengennya itu semua orang itu bisa mengakses musik. Ga cuman mendengarkan tapi juga dapet, apasih musik gitu loh, oh ternyata musik itu seperti ini seperti ini. Nah itu tujuan awalnya disitu. Oh format media cocok nih. Kami punya alasan valid untuk mengubah menjadi media gitu lho. Jadi dari konsep tulisannya, dari konsep visualnya konsep audionya, kami bikin senyaman mungkin untuk di dengarkan, dikonsumsi sama orang-orang lah. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

a) Proses Perencanaan

Pada proses ini, kegiatan yang dilakukan ialah merencanakan kegiatan yang dilakukan dalam proses jurnalistik. Langkah ini terjadi sebelum penulis atau reporter terjun ke lapangan untuk mencari data. Pembahasan yang dilakukan biasanya seputar strategi, pemetaan, pemberitaan dan

bagaimana peliputan dilakukan hingga nantinya mencapai tujuan dari proses jurnalistik yang telah dilakukan.

HOOKSpace dalam proses perencanaan melakukan rapat redaksi khusus dalam konten audiovisualnya, karena untuk produk tulisan kebanyakan merupakan jenis opini yang tidak begitu membutuhkan rapat redaksi. Tulisan sendiri kebanyakan merupakan kiriman dari pembaca, musisi lain dan juga anggota HOOKSpace. Ikhwan menuturkan bahwa ia tidak pernah mematok tema yang begitu ketat, terpenting ialah sesuai dengan visi misi yang diusung oleh HOOKSpace. Tulisan wawancara yang diterbitkan oleh HOOKSpace biasanya juga merupakan pendamping dari konten audiovisual yang telah dipublikasikan.

Semua tulisan yang terbit ada yang dari kita, dan juga kiriman dari teman-teman pembaca/musisi lain yang dimuat. Penentuan tema apa yang akan dibahas juga sebenarnya ga begitu ketat, yang penting sesuai dengan visi-misi dan tulisannya enggak teralu jelek untuk dimuat. Selama ini juga ga ada tulisan wawancara sih, beberapa kali saya bikin tulisan pendamping buat konten wawancara Ruang Ngibul atau Live Performance saja. (Ikhwan, Wawancara 18 Agustus 2020)

Perencanaan tulisan juga diatur langsung oleh Ikhwan. Ide-ide tulisan juga kerap Ikhwan sodorkan agar produk tulisan terus berjalan di HOOKSpace. Namun seiring berkembangnya HOOKSpace, akhirnya tulisan tidak hanya berpatok kepada pemimpin redaksi saja. Beberapa tim tambahan telah dibentuk agar dapat membantu efektifitas pengerjaan tulisan yang dilakukan. Seperti diadakannya penanggung jawab *Copy Writer*, *Social Media Manager* dan *Content Manager*.

Dulu, saya yang atur konten, minta tulisan, nyunting tulisan dan juga termasuk bikin caption. Jadi semuanya yang mengatur ya saya sendiri. Cuman akhirnya ngerasa kalo cuman sendiri terus bakal kerasa berat banget. Di akhir kepengurusan, saya udah minta bantuan beberapa orang untuk jadi Copy Writer, Social Media Manager atau Content Manager. (Ikhwan, Wawancara 18 Agustus 2020)

Untuk konten audiovisual sendiri dari HOOKSpace akan melakukan riset terlebih dahulu tentang musisi yang akan mereka wawancarai. Seperti melihat wawancara yang sudah pernah dilakukan sebelumnya ataupun pembahasan yang dirasa kurang mendalam. Tapi tentunya hasil riset tadi akan diarahkan terlebih dahulu kepada Pimpinan Redaksi. Jika sudah diterima maka akan lanjut pada tahap pengesekusian.

Semisal mau wawancara Nadin Amizah, nanti kita bakal cari yang belum dibahas itu yang mana atau yang udah dibahas tapi kurang mendalam tu yang mana. Nah nanti

kita bikin point-point, kita susun lalu dikasih ke Awan (Ikhwan). Kalo semisal udah diterima, udah disusun sedemikian rupa, yaudah nanti tinggal proses eksekusi aja. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Saat pengekseskusan, HOOKSpace masih harus menyesuaikan dengan musisi yang bersangkutan ketika konten tersebut sudah terselesaikan. Faktor penyesuaiannya ialah penjadwalan kapan konten tersebut akan diunggah oleh HOOKSpace. Faisal mengungkapkan bahwa biasanya musisi yang diinterview juga menyesuaikan dengan perilisan lagu terbaru agar pemberitaan tentangnya terus terangkat.

Nah biasanya musisinya itu ada planning content. Dia menyaring dari beberapa media ini ini biar namanya dia tetep naik gitu. Nah sekarang dari kami hookspace, punya konten seperti ini, kami obrolkan lagi dengan musisinya. Kami berencana mempublish tanggal sekian, aman ga. Oke aman, kalo ga ya dimajuin dong, kami mau upload single nih biar lebih ini. Itu kan kayak kami kan ngobrol tadi kan ngobrol soal impact dan lain sebagainya. Itu ya salah satu lobby lobby politik. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Melakukan pengekseskusan tersebut tentunya juga tidak segampang yang diucapkan, tentunya selalu ada hambatan di depan yang menghalang. HOOKSpace ketika mengkonsepkan konten audiovisual mereka juga harus memerhatikan musisi yang ingin diwawancarai. Apakah kondisi musisi tersebut memungkinkan untuk diwawancara ataupun tidak.

Itu biasanya tu kalo semisal tallent atau yang mau kita wawancara tu ga terbuka atau dalam kondisi capek gitu. Biasanya kan kami sebelum manggung atau setelah manggung itu kan beda ya, nek semisal dia relax dan dia nyaman ya banyak informasi yang keluar. Kadang ya kalo ga nyaman, atau dalam posisi capek dan sebagainya itu juga terbatas gitu. Padahal kan kami pengen menanyakan ini, tapi kok jawabannya ga sesuai dengan ekspektasi. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Saat akan melakukan interview, HOOKSpace sangat menghindari *backstage*. Ketika musisi usai melakukan aksi panggung dan langsung diwawancarai akan terasa sangat tidak santai untuk dilakukan. Sehingga biasanya tim HOOKSpace mewawancarai musisi tersebut di hotel atau tempat tinggalnya agar dapat lebih *relax* dan santai.

Kami menghindari backstage. Biasanya kami di hotel. Ya biar santai ajalah, sambil istirahat. Kalo misal di backstage pertama, rame banget, ga kondusif, vibesnya itu kepengen nonton kalau ga manggung. Beda cerita kalo kontennya konten backstage ya. Jadi beda gitu secara konsepnya. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Hambatan lain yang juga ditemui ialah musisi yang ingin diwawancarai bukanlah orang asli Yogyakarta. HOOKSpace selalu menjadikan hotel dimaa musisi tersebut menginap untuk

dijadikan lokasi pengekseskusion konten mereka. Karena dianggap lebih gampang tanpa harus membawa musisi yang ingin diinterview ke tempat lain.

Cuman kan ini interview dimana tallentnya itu ga cuman orang Jogja. Kadang luar Jogja. Kalo semisal talletnya orang Jogja mah gampang, bisa ditemuin kapanpun. Tapi nek semisal tallentnya orang luar Jogja, berarti kan kita harus menunggu moment dimana tallent itu datang ke Jogja. Momennya apa? Ya yang pas manggung itu. Makanya kami selalu minta untuk interview di hotel. Kalo bener-bener gabisa yaudah mendingan gausah sama sekali. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

HOOKSpace sebagai media musik tentu ikut berperan aktif dalam meningkatkan eksistensi musik indie kepada khalayak luas. Beberapa kali HOOKSpace sudah berhasil menyelenggarakan acara yang mengundang musisi yang namanya tidak sebesar musisi *mainstream* pada umumnya.

HOOKSpace dalam membantu musisi lokal selalu melakukan kurasi terlebih dahulu. Pertimbangan yang dilihat ialah apakah musisi tersebut sudah pernah melakukan *live session* sebelumnya atau tidak. Sangat jarang HOOKSpace memberikan *live session* bagi band yang benar-benar baru. Faisal mengatakan bahwa rasanya itu bukanlah ranah HOOKSpace untuk bertanggung jawab.

HOOKSpace itu konsepnya agak sedikit berbeda karena kami ingin melihat keseriusan dulu dari bandnya, serius ga si. Lihat rekam jejaknya. Gini gini, track recordnya dia ngeluarin album lagunya gini gini gini, nah kami pelajari dulu. Nek semisal band itu layak untuk kami angkat ke live kami, yaudah kita ajak untuk join di live kami. Jadi biar orang-orang tahu, livenya tuh seperti apasih band ini. Dengan sound yang enak dengan produksi yang enak. Kalau semisal produksi sendiri kan mahal, apalagi kalo di event orang kan belum tentu event itu se-care terhadap produksi bandnya kan. Produksi dimana saja, biar ngirit. Kalo di hookspace itu mending kami rugi, daripada memangkas biaya produksi. Ibaratnya kami membuat makanan, masa kami mengurangi bubu atau komponen makanan itu sendiri? (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Menurut Faisal untuk band-band yang baru terlahir tersebut terkadang masih diragukan keseriusan mereka dalam skena permusikan Indonesia, sehingga benar-benar harus dilihat apakah umur band tersebut akan panjang atau tidak. Kembali lagi pada keseriusan mereka dalam merintis karir tersebut. HOOKSpace benar-benar akan membantu band yang sekiranya mereka anggap layak saja.

Jadi kami seleksi dulu nih, ternyata dia udah pernah live. Jarang banget kita menaikkan band yang baru bikin ini. Yaudah lah biar media-media lain yang angkat, cuman itu ada sistem kurasi gitu lho. Jadi band yang menurut kamu layak, band yang

menurut kami bertanggung jawab dengan keputusannya bermusik, itu yang kami angkat. Jadi agak sayang ketika memberikan produksi secara maksimal, cuman bandnya itu gabisa bertahan lama. Kadang wah anget-angete ki kuliah band e kih semester 4 ngeband, ngasi semester 6 skripsi, band e wes bubar. Terus semester 8, waduh aku kon mulih, aku ketempo kerjo ning kene, bubar. Nah itu aku gamau konten-konten hookspace diisi dengan band-band seperti itu. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Harapan besar untuk band-band yang diberikan produksi oleh HOOKSpace ialah dapat bertahan lama dan tidak sekedar 'band kampus' pada umumnya. Sehingga band tersebut setidaknya dapat bertanggung jawab setelah apa yang diberikan oleh HOOKSpace. Menurut Faisal jika masih ada band yang sekiranya kurang serius dan ingin diproduksi oleh HOOKSpace maka dipersilahkan untuk mencari media lain saja.

harapannya band band yang kami angkat itu bisa bertahan lama. Dan ga cuman sekedar sekali main buat iseng-isengan, kayak saya. Makanya kami gamasalah sama produksi yang bagus, tapi kamu bertanggung jawab juga dengan apa yang kamu lakukan. Nah pengennya seperti itu. Jadi ada system kurasi. Ya itu kayak ngerjain dikit banget. Jadi kayak kami mencari band mana nih yang bener-bener kepengen, band mana sih yang serius. Ya hookspace buat band-and yang serius aja. Yang ga serius yaa, mohon maaf lah yang lain aja. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Faisal menuturkan bahwa HOOKSpace akan mendukung musisi lokal namun dengan beberapa pertimbangan. Semua akan dilihat dari keseriusan musisi tersebut. Akan sangat disayangkan jika keseriusan musisi yang akan diangkat oleh HOOKSpace tidak sebanding dengan upaya mereka untuk meningkatkan eksistensi musisi tersebut.

Tapi kalo semisal, oh ini serius nih, baru dibikinin Live Session. Kayak Olski dulu. Pertama rilis, kedua, oh bagus nih bandnya. Tak bikinin session, wah enak nih bagus. Tak bikinin konser di Taman Budaya Yogyakarta. Itu bener-bener mandiri. Itu mungkin satu-satunya band jogja yang baru ya, bukan kayak Sheila On 7, itu kan band lama. Ini Band baru yang jual tiket 40rb dan sold out. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Bentuk yang juga dilakukan oleh HOOKSpace dalam membantu meningkatkan eksistensi musik indie ini ialah dengan berperan aktif dalam pengelolaan konten yang dibutuhkan musisi saat melakukan tur. Faisal mengungkapkan bahwa HOOKSpace sebagai media independen tentu akan dapat berelasi kuat dengan musisi indie, sehingga dapat saling menyokong agar dapat memenuhi kebutuhan masing-masing yang diperlukan.

Independen ga melulu semuanya dikerjakan sendiri. Mending diganti pola pikirnya. Kita bisa apa, lalu orang lain bisa apa, nantinya akan timbul kolaborasi diantara keduanya. Itu independen yang coba kami pegang. Independen ga 100% benar-benar idealis, mati nek koyo ngono. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Selain musisi lokal, HOOKSpace juga pernah mendapatkan kesempatan untuk ikut ambil bagian dalam tur yang dilakukan oleh band Asal Singapura. Lalu juga termasuk salah satu musisi Thailand yang sedang naik daun, Pum Phivurit saat di Jakarta. Sehingga produksi konten yang dilakukan oleh HOOKSpace tidak terbatas hanya pada musisi lokal saja.

Kami yang luar itu pernah kedatangan temen-temen dari Singapura. Tur ke Jogja Bandung sama Jakarta. Hookspace yang ngurus. Pum Phivurit juga pernah, ke Jakarta. Ternyata enak banget, diajak ngobrol enak. Aku baru tahu kalo sound in sendirinya itu cewe cantik, sendirian. Itu datang ke Jogja cuman berenam. Playernya lima, satu roadman, Jammy namanya. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Rubrik khusus untuk menilik musisi indie juga diciptakan oleh HOOKSpace. Ruang Ngibul adalah konten yang coba mereka usung. Pada rubrik ini, HOOKSpace mencoba untuk melakukan interview kepada musisi yang nantinya akan dijadikan konten audiovisual. Tujuannya adalah untuk menilik hal-hal yang sekiranya tidak diketahui oleh orang banyak.

Kita akan mencari tulisan tentang musisi yang menjadi bintang tamunya, melihat apa saja yang belum dibahas dan apa yang sekiranya sudah dibahas namun kurang mendalam. Terpenting kami membuatnya santai dan senyaman mungkin. Sehingga musisi tersebut juga akan dengan santai untuk menjawab pertanyaan yang kami sajikan hingga nantinya apa saja yang ingin kami tahu dapat terpenuhi. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

b) Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah bentuk pembagian kerja kepada masing-masing divisi agar dapat diketahui tugas dan kewajiban yang harus dilakukan dan dilaksanakan. Pembagian kerja ini berupa pencarian berita yang dilakukan di lapangan, editor yang melakukan penyuntingan berita ataupun tim desain yang mengkonsepkan estetika kepada audiens. Pengorganisasian juga berperan dalam departementalisasi struktur yang dimiliki, dimana mengatur pembagian tugas pada keredaksian, proses riset yang dilakukan dan juga pengembangan sumber daya yang ada dalam organisasi.

HOOKSpace sebagai media memiliki strukturalisasi yang cukup teratur. Istilah pemimpin redaksi baru mereka gunakan beberapa waktu terakhir. *Content Manager* adalah nama yang mereka gunakan untuk posisi tertinggi sebagai pengelola konten tulisan maupun audiovisual.

Selain itu juga ada tim *Copy Writer* dan *Social Media Manager* yang turut membantu kerja dari *Content Manager*. Manajerial konten ini dilakukan agar konten yang dipublikasikan kepada audiens sesuai dengan kemauan dan lebih teratur, Faisal menyebut proses ini sebagai *planning content*.

Untuk redaksi itu sebenarnya ada content manager. Itu dipegang mas Awan (Ikhwan), ya kira-kira setaralah dengan pimpinan redaksi. Jadi tanggungjawabnya ialah mengatur dan memanage konten-konten yang disajikan HOOKSpace. Istilahnya planning content gitu. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Tulisan dan audiovisual yang akan diproduksi tentunya harus dilakukan riset terlebih dahulu, agar menjaga keakuratannya. Segala konten yang akan diproduksi akan diriset terlebih dahulu oleh divisi *Research & Development*. Hingga nantinya data-data yang telah dikumpulkan guna pengeksekusian konten akan dikumpulkan di meja redaksi. Jika dianggap layak maka akan dieksekusi langsung oleh tim produksi HOOKSpace.

Kita juga punya tim riset sendiri, itu ada dinaungan Research & Development. Kalau butuh data apa-apa ya mereka yang bertanggungjawab. Setelah data dikumpulkan, nanti dioper ke meja redaksi. Kalau layak baru dieksekusi langsung sama tim produksi untuk dijadikan konten. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Tim produksi yang dimiliki HOOKSpace terbagi menjadi dua, untuk yang berfokus kepada tulisan dan juga kepada konten *audiovisual* dan semua dibawah langsung oleh *Content Manager* yang sekaligus sebagai pemimpin redaksi. Selain itu HOOKSpace juga memiliki beberapa divisi yang menunjang kebutuhan produksi dan keberlangsungannya. *Business Development* ialah divisi yang mengatur perkembangan bisnis dari HOOKSpace, salah satu pekerjaan utamanya ialah mengajak kerjasama event agar bisa melakukan produksi konten audiovisual dan kebutuhan wawancara. Selain itu juga ada *Finance* yang menunjang kebutuhan produksi yang dibutuhkan oleh tim produksi.

Ada juga Business dan Development yang emang tugasnya nge-develop bisnis kita, kerjasama dengan event juga. Jadi biar kita bisa produksi konten audiovisual dan diangkat ke Youtube. Lalu juga ada Finance yang ngurusin alat-alat produksi yang dibutuhin oleh tim produksi. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

c) Proses Pelaksanaan

Pelaksanaan ialah tahapan dari apa yang akan dilakukan setelah terorganisir secara rapi siapa yang akan bertugas dan diterjunkan ke lapangan dalam proses pencarian berita yang sesuai

dan telah mendapatkan hasil kesepakatan dari seluruh anggota yang hadir dalam rapat redaksi yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil dari liputan yang telah dilakukan oleh tim atau reporter yang telah terjun kelapangan selanjutnya akan dialihkan kepada *Content Manager* atau pimpinan redaksi tadi. Pertimbangan selanjutnya ialah akan diterbitkan atau tidak data yang diperoleh oleh reporter tersebut.

HOOKSpace dalam pencarian data tulisan terbiasa untuk melakukan daftar terlebih dahulu konten seperti apa yang akan diangkat. Selanjutnya nanti akan diatur siapa yang akan menulis untuk kebutuhan konten. Ikhwan mengakui bahwa mereka untuk tulisan tidak memiliki target yang begitu jauh, terpenting baginya ialah harus selalu adanya konten tulisan.

Tulisan biasanya kita bikin daftar kontennya terlebih dahulu, kira-kira apa yang akan diangkat dan ditulis. Lalu selanjutnya pembagian siapa yang kira-kira akan menulis tulisan tersebut. Untuk tulisan sejujurnya ga begitu dievaluasi, karena balik lagi pada prinsip awalnya, yang penting website terisi. (Ikhwan, Wawancara 18 Agustus 2020)

Masalah *deadline* atau batas waktu penyelesaian pun juga tidak diberlakukan oleh HOOKSpace. Bagi HOOKSpace akan cukup kerepotan jika harus memberlakukan batas waktu pengerjaan kepada tim mereka. Aktualitas memang sangat sulit untuk mereka penuhi, namun setidaknya HOOKSpace dapat menyanggupi sebagai media yang faktualitasnya terjaga.

Karena kami terbatas, dan kami ga 24 jam kami itu ada di hookspace doang. Kami bagi dengan kegiatan lain. Kami kalo semisal jadi media yang aktual, itu kami gabisa. Kalo semisal sedikit factual itu masih bisa. Ya kami sadar. Makanya kadang konten-konten yang cepet ya bisa. Ya sadar lah ada porsi orang lain yang disitu ya gapapa. Paling ya kami mendeadline sesuai dengan kemampuan kami. Kalo satu bulan atau dua minggu, yaudah gapapa. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Audiovisual penyajian konten yang terjadi bergantung kepada kerjasama event yang dilakukan. HOOKSpace dalam produksi konten audiovisual akan selalu bekerjasama terlebih dahulu dengan penyelenggara, hingga nantinya bersedia untuk melakukan ‘barter konten’. Ikhwan mengakui bahwa terpenting mekanisme *shootingnya* harus tersusun rapi.

Konten audiovisual biasanya datang dari kerja sama dengan beberapa acara. Begitu melihat kesempatan untuk wawancara atau merekam pertunjukan, kami akan langsung melakukan wawancara. Yang penting mekanisme shootingnya rapi dan sesuai yang kita butuhkan. (Ikhwan, Wawancara 18 Agustus 2020)

Pelaksanaan untuk kerjasama event yang ingin barter konten mendapatkan banyak pertimbangan dari HOOKSpace. Tidak semua akan diterimba begitu saja untuk bekerja sama.

Menurut Faisal ia sangat menghindari acara yang bersponsor rokok atau minuman beralkohol. Baginya akan sangat menarik jika membantu event yang dihelat oleh mahasiswa.

Kita sangat menghindari event yang bersponsor rokok ataupun minuman beralkohol. Karena rodo berat kalau harus berdampingan logo dengan produk-produk tersebut. Justru kami lebih senang untuk bekerjasama dengan event yang diselenggarakan oleh mahasiswa. Setidaknya bisa bantu mereka untuk makin semangat jalanin eventnya. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

Keresahan dalam proses kerja sama yang dilakukan dengan event sebenarnya juga dimiliki oleh HOOKSpace. Terkadang menurut mereka, mahasiswa masih banyak yang menolak untuk bekerjasama karena dianggap terlalu banyaknya permintaan yang dilakukan HOOKSpace. Faisal menolak jika kerjasama yang dilakukan hanya mencantumkan logo saja. Kembali kepada barter konten tadi, menurutnya masih banyak mahasiswa yang 'ogah repot'.

Kadang itu panitianya kalau diajak kerjasama barter konten terlalu banyak yang ogah repot. Mereka pikir males ngehubungin artisnya untuk melakukan interview. Generalisir terhadap media di Jogja bagi mereka ya cuman logo aja di acaranya. Sedangkan kita melawan, kita tidak mau berjalan diantara kerumunan media Jogja yang formatnya seperti itu. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020).

Menurut Faisal, HOOKSpace tidak ingin dianggap memperoleh keuntungan tersendiri. HOOKSpace juga turut melakukan *branding* terhadap acara tersebut melalui barter konten yang dilakukan. Pencantuman nama acara yang bekerja sama akan memberikan informasi kepada khalayak luas bahwa mereka acara yang dilaksanakan tersebut pernah terselenggara dengan menampilkan musisi yang mereka undang. Faisal merasa mahasiswa masih banyak yang kurang *aware* terhadap hal tersebut.

Gini, kita ingin memberikan impact kedepannya terhadap acara yang bekerja sama dengan kami. Misalnya, kita sudah melakukan produksi video, diangkat ke Youtube dengan mencantumkan nama acara tersebut. Semisal bintang tamunya Efek Rumah Kaca Live dimana gitu, lalu ada nama acaranya. Setahun hingga sepuluh tahun lagi, orang yang menikmati akan tau bahwa dulu acara ini pernah mengundang ini, keren ya? Nah itu yang kami incar. Biasanya orang-orang event ga mikir sampai sana, kurang aware terhadap hal tersebut. Karena kebanyakan mereka hanya memikirkan laku atau tidaknya acara yang diselenggarakan. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

d) Proses Pengawasan dan Evaluasi

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari proses manajemen redaksional. Terjadinya proses pengawasan ialah untuk melihat apakah sudah layak atau belumnya produk jurnalistik yang

akan diterbitkan kepada khalayak luas, apakah sudah terpenuhi kaidah kejournalistikan yang berlaku atau belum. Lalu dilanjutkan dengan evaluasi yang dilakukan untuk melihat dan meninjau kembali bagaimana kesulitan, kekurangan, hambatan yang terjadi dimulai dari proses perencanaan hingga tulisan tersebut nantinya layak untuk dipublikasi.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, konten tulisan sebenarnya bukan menjadi fokus yang utama bagi HOOKSpace sekarang ini. Ikhwan mengungkapkan salah satunya karena terbatasnya sumber daya yang mereka miliki untuk mengolah tulisan yang dibutuhkan. Pengawasan dan evaluasi tidak begitu berlaku untuk tulisan, karena kembali pada prinsip HOOKSpace sementara ini, yaitu harus selalu adanya tulisan tanpa target yang terlalu tinggi.

Evaluasi dan pengawasan pada penulisan ga begitu berjalan sebenarnya. Terpenting ya website harus selalu terisi, tulisannya layak dan bagus ya kita publikasikan. Ga muluk-muluk lah. (Ikhwan, Wawancara 18 Agustus 2020)

Faisal menambahkan bahwa terpenting bagi mereka juga ialah agar pembaca dapat menikmati tulisan senyaman mungkin. Terpenting mudah untuk dipahami dan dimengerti. Karena kembali kepada tulisan yang mereka sajikan untuk semua kalangan, tidak yang terlalu akademis. Meski kerap mendapatkan kritik remeh atas konten tulisan yang dipublikasikan.

Kita sebisa mungkin orang yang mengkonsumsi konten kita ga pusing nikmatinnya. Pokoknya diolah sedemikian rupa. Tulisannya pun juga dibikin se-pop mungkin. Karena emang tulisan yang kita sajikan ga yang serius-serius amat, istilahnya cuman sebagai hidangan pembuka. Kadang suka dikritik dengan orang yang jago nulis gitu ya, 'apasih tulisannya kok ringan banget?'. Ya berarti target kita bukan mereka, karena kita emang yang lebih mudah untuk dipahami orang-orang. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

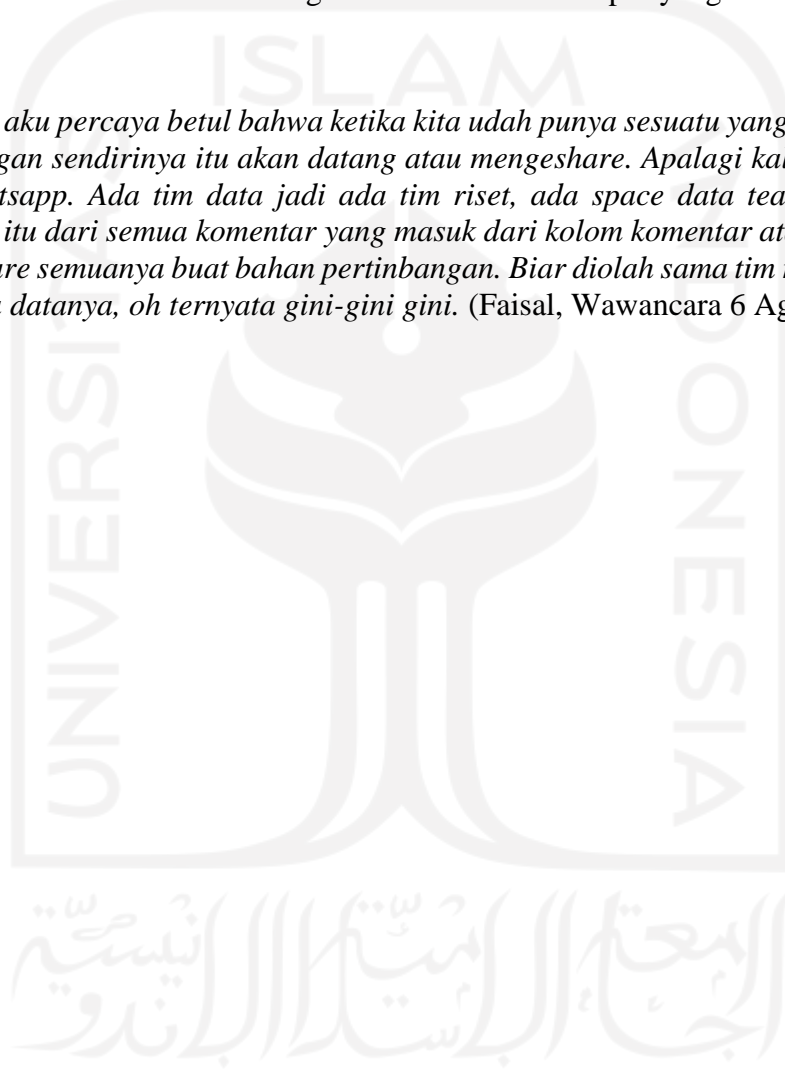
Pengawasan terhadap konten audiovisual dilakukan oleh HOOKSpace dengan menerapkan bahwa konten yang dimuat harus senyaman mungkin untuk dikonsumsi oleh khalayak luas. Peningkatan terhadap kualitas audio dan visual yang mereka sajikan selalu menjadi patokan agar dapat dinikmati.

Misalkan ada musik noise atau hardcore, ada metal, ya musiknya memang seperti itu. Gimana caranya musik seperti itu bisa dikonsumsi secara enak? Makanya, oh audionya dibenerin sebener-benarnya biar orang yang dengerin bisa menikmati musik metal atau hardcore itu. Apalagi kalo ibu-ibu. Nek semisal musike ngene iki, audione rabener, yo kan iki opo skip. Kami itu selalu berfikiran gimana itu embawa atau menyajikan musik sepop mungkin. Pop itu bukan dalam artian ini ya kalau semisal musik yang band yang enak, tapi senyaman mungkin untuk didengarkan. Itu

yang selama ini kami coba agar orang-orang semakin mengulik gitu lho. Semisal musik hardcore seperti ini, postrock seperti ini, oh ternyata enak ya kalau audionya enak, visualnya enak. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)

HOOKSpace juga selalu melakukan evaluasi terhadap konten yang disajikan. Peningkatan kualitas selalu coba diterapkan demi mendapatkan ketertarikan lebih dari audiens maupun calon audiens nantinya. Faisal mengaminkan bahwa jika kualitas konten mereka sudah terjaga, maka dengan sendirinya audiens akan datang untuk menikmati apa yang telah disajikan oleh HOOKSpace.

Yang jelas aku percaya betul bahwa ketika kita udah punya sesuatu yang berkualitas, orang dengan sendirinya itu akan datang atau mengeshare. Apalagi kalau di twitter sama whatsapp. Ada tim data jadi ada tim riset, ada space data team namanya. Semuanya itu dari semua komentar yang masuk dari kolom komentar atau di twitter, kami capture semuanya buat bahan pertimbangan. Biar diolah sama tim riset itu. Kita semua ada datanya, oh ternyata gini-gini gini. (Faisal, Wawancara 6 Agustus 2020)



BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan mencoba memaparkan akan temuan yang didapat dari lapangan dan kemudian nantinya akan dianalisis dengan teori dan kerangka pemikiran yang telah disebutkan sebelumnya dalam BAB I. Lebih lanjut pembahasan yang akan dilakukan ialah mempertemukan temuan atas fakta penelitian di lapangan, lalu dianalisis menggunakan kerangka penelitian dan teori yang dianggap sesuai dan relevan.

Peneliti akan membahas berdasarkan tahapan-tahapan dalam penerapan manajemen redaksional dan karakteristik dari jurnalisme online yang telah dipaparkan sesuai dengan bab sebelumnya, maka dalam BAB IV ini peneliti akan mengkaitkannya dengan temuan penelitian yang ada pada BAB III dengan dilandaskan oleh pemikiran atau kerangka teori dari BAB I.

Sebelumnya, dalam menjalankan penelitian ini peneliti belum menemukan adanya penelitian mengenai manajemen redaksional yang dilakukan pada media online musik. Bahkan untuk media cetak atau konvensional pun masih belum ada yang meneliti mengenai manajemen redaksional yang dilakukan. Peneliti berusaha untuk menjelaskan kontribusi akademik peneliti yang dilakukan dalam penulisan ini. Pertama bagaimana objek media musik yang diambil peneliti dalam tulisan ilmiah. Kemudian ialah manajemen redaksional yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian yang menjadikan Majalah Musik sebagai objek penelitian sangat beragam, tapi salah satunya ialah yang dilakukan oleh Natalia Ira Kartika (2007) yang berjudul *Kajian dan Tipografi Pada Majalah Indie (Studi Kasus: majalah Trolley)*. Penelitian ini dianalisis menggunakan metode penelitian kualitatif yang berdasar pada jenis penelitian deskriptif dan didukung oleh teknik pengumpulan data melalui cara studi literatur dan studi lapangan dengan wawancara, pengamatan, survey dan analisis data. Penelitian ini dianalisis menggunakan metode penelitian kualitatif yang berdasar pada jenis penelitian deskriptif dan didukung oleh teknik pengumpulan data melalui cara studi literatur dan studi lapangan dengan wawancara, pengamatan, survey dan analisis data. Hasil yang ditemui pada penelitian ini ialah huruf dan tipografi pada majalah indie tidak mengikuti aturan-aturan yang sesuai untuk sebuah halaman publikasi (majalah) pada umumnya. Contohnya, bentuk dan struktur huruf yang tidak beraturan, dengan

menggabungkan berbagai macam huruf yang memiliki ukuran dan berat berbeda, sehingga membuat huruf sukar dibaca dan memberikan kesan anti-estetik. Hal ini didasari karena konsep gaya hidup komunitas indie berbeda prinsip dengan masyarakat pada umumnya.

Penelitian tersebut membahas penggunaan huruf dan tipografi pada majalah indie Trolley Magazine yang tidak mengikuti aturan-aturan yang sesuai untuk sebuah halaman publikasi. Masalah keredaksian yang dilakukan hanya ada pada tinjauan Pustaka dan tidak dibahas secara menyeluruh mengenai manajemen redaksinya. Pembahasan meja redaksi yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai dari bagaimana peningkatan kualitas penulis yang dituntut untuk memiliki kemampuan Analisa yang tinggi, mengetahui konsep know-how dan memiliki pandangan yang luas.

Namun, pada penelitian ini adanya kemiripan terdapat pada pembahasan mengenai ciri-ciri dari *fanzine/indie magazine*. Pembahasan mengenai penerapan *deadline* yang serupa dengan komponen pembahasan pada teori yang digunakan, yakni *actuating*. Namun tidak ada penjelasan lainnya secara detail seperti *planning* yang dilakukan, *organizing* yang terjadi dalam ranah staff dan juga proses *controlling* yang terjadi di meja redaksi.

Penelitian lain yang membahas manajemen redaksional dan menjadi acuan ialah ‘Manajemen Redaksional Kabar Harian Kudus’ (2008) karya Juwairiyah dan juga Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi Pada Republika Online (2010) karya Ina Salmah Febriani. Kedua penelitian ini menganalisis manajemen redaksional yang terjadi pada Kabar Harian Kudus dan Republika Online. Garis besar dalam kedua penelitian ini kurang lebih mendapati hasil yang sama, yaitu manajemen redaksional yang dilakukan dalam pengelolaan materi pemberitaan. Penjelasan secara deskriptif akan penerapan masing-masing fungsi manajemen keredaksian juga dilakukan dengan jelas dari kedua penelitian. Seperti pada prinsip perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan hingga pengelolaan. Permasalahan yang didapati dalam kedua penelitian ini ialah menyoali perbaikan pada waktu rapat keredaksian dan juga kehadiran reporter. Selain itu penerapan *deadline* yang baik juga menjadi poin penting pada pembahasan yang dilakukan.

A. Manajemen Redaksional Portal Musik Lokal Warning Magazine dan HOOKSpace

1. Tahapan Perencanaan

Tahapan awal dalam manajemen redaksional ialah *planning*, dimana tahapan ini akan melakukan perencanaan agar penyajian berita yang dilakukan dapat menghasilkan produk jurnalistik yang berkualitas kepada audiens. Fungsi pada tahapan ini ialah agar dapat merencanakan dan mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam meja redaksi sebelum terjun ke lapangan dalam melakukan proses pencarian berita ataupun informasi, yang nantinya akan menghasilkan produk jurnalistik dan disajikan kepada khalayak luas.

Pada perencanaan portal musik lokal Warning Magazine dan HOOKSpace memiliki kesamaan dalam komponen yang disiapkan guna penyajian berita yang diberikan kepada pembaca. Kesamaan yang dimiliki ialah adanya *pemilihan berita atas target audiens, inisiatif tinggi para anggota dan peningkatan eksistensi musisi indie*.

Komponen pemilihan berita atas target audiens ialah perencanaan yang dilakukan oleh masing-masing portal musik lokal Warning Magazine dan HOOKSpace. Kesamaan yang ada pada kedua media ini ialah terdapat pada rapat redaksi yang dilakukan terlebih dahulu sebelum menurunkan awak media yang mereka miliki ke lapangan untuk proses pencarian berita. Ini merupakan langkah awal yang dilakukan oleh media agar bisa berfokus terhadap isu atau pemberitaan yang akan mereka angkat. Perbedaan yang ada pada masing-masing portal musik lokal ini ialah terdapat pada pemilihan berita atau pemfokusan yang mereka lakukan atas target audiensnya.

Pada Warning Magazine, pemilihan berita yang mereka lakukan cukup bervariasi namun tetap fokus pada satu isu. Isu yang coba mereka angkat ialah tentang isu politik. Warning secara tegas ingin menumbuhkan kesadaran akan politik kepada audiens mereka dengan menggunakan musisi yang mereka wawancarai sebagai penyuar. Warning menganggap bahwa akan lebih mudah untuk didengar mengenai pembahasan politik oleh audiens yang mereka miliki jika yang bersuara adalah musisi yang mereka kenali dibandingkan opini pribadi dari anggota yang dimiliki Warning. Selain itu tulisan yang dimiliki oleh warning juga lebih kepada tulisan yang bersifat mendidik dan mengedukasi pembaca. Sehingga mereka lebih dapat kepada bagian akademis yang coba mereka tonjolkan.

Berbeda dengan Warning, HOOKSpace menganggap mereka merupakan sebagai hindangan pembuka atas tulisan-tulisan yang berat. HOOKSpace memosisikan diri mereka sebagai media yang mencoba memaparkan berita kepada khalayak luas secara lebih ringan dengan

menggunakan bahasa sehari-hari. Perbedaan yang cukup berbeda pada bidang kepenulisan yang ada selain itu ialah fokus kepenulisan yang diterapkan. HOOKSpace lebih menonjolkan kepada opini. Tulisan yang menggunakan wawancara pun juga mereka miliki namun hanya sebagai penunjang konten *audiovisual* yang mereka produksi. Sepeninggal pemimpin redaksi yang mereka miliki sebelumnya, produksi konten tulisan mereka mulai terhambat. HOOKSpace mulai berfokus pada *audiovisual* yang mereka produksi. Produksi konten ini pun tidak memiliki target atau fokus tertentu, terpenting bagi mereka ialah kesempatan yang mereka miliki untuk melakukan wawancara terhadap narasumber yang telah mereka hubungi.

Inisiatif tinggi para anggota ini merupakan salah satu komponen kesamaan yang dimiliki oleh Warning Magazine dan HOOKSpace. Warning sendiri sebelum terjun ke lapangan untuk melakukan pencarian data tentu melakukan rapat redaksi terlebih dahulu. Dalam rapat redaksi yang mereka lakukan, semua orang boleh berpendapat dan bersuara. Sehingga tidak ada batasan untuk siapapun dalam menyuarakan ide yang mereka miliki. Inisiatif tinggi merupakan salah satu yang dapat ditonjolkan oleh Warning dalam proses pencarian berita mereka. Jika mereka memiliki kerjasama dengan sebuah kegiatan yang tidak memungkinkan untuk melakukan rapat secara langsung, maka mereka akan melakukan rapat melalui *chatting room* yang ada di sosial media. Ditawarkan kepada anggota dan tak ada batasan untuk siapapun yang ingin mengambil bagian sehingga semua memiliki hak yang sama. Selain itu juga Warning menolak praktik kerja jurnalistik yang terjadi di media arus utama pada umumnya, dimana para jurnalis dipaksa untuk menulis apa yang tidak mereka sukai. Bagi Warning, ini akan menghambat potensi yang dimiliki oleh anggota mereka. Sehingga Warning membebaskan anggotanya untuk menulis topik ataupun ide yang mereka sukai, agar potensi yang dimiliki dapat berkembang sekaligus tumbuh bersama Warning.

Sedikit berbeda dengan Warning, HOOKSpace tidak memiliki rapat redaksi untuk konten penulisannya. HOOKSpace tidak melaksanakan rapat redaksi untuk mengumpulkan ide atau rencana penulisan. Rapat redaksi tidak dilaksanakan karena mereka lebih berfokus kepada tulisan opini, sehingga dirasa tidak begitu perlu untuk melakukan hal tersebut. Dalam produksi tulisan yang dilakukan oleh HOOKSpace pun juga tidak mematok tema yang begitu ketat, terpenting ialah tulisan yang diproduksi harus sesuai dengan visi dan misi yang diusung oleh HOOKSpace. Demi menunjang lancarnya produk tulisan yang dimiliki oleh HOOKSpace, pemimpin redaksi lah yang mencoba untuk terus menyodorkan ide-ide tulisan yang kemudian disalurkan kepada anggota.

Seiring berjalannya waktu, tulisan bukanlah satu-satunya produk jurnalistik utama yang dihasilkan oleh HOOKSpace, namun audiovisual juga menjadi produk andalan mereka.

Dalam produksi audiovisual, rapat redaksi yang dilakukan sedikit berbeda dengan rapat redaksi kepenulisan. Setelah mendapatkan musisi mana yang akan diwawancarai, tim produksi HOOKSpace akan melakukan riset terlebih dahulu. Riset yang dilakukan biasanya merupakan wawancara terdahulu yang sudah pernah dilakukan oleh media lain terhadap musisi yang akan mereka wawancara. HOOKSpace akan melihat dari hasil riset yang mereka lakukan, data yang menurut mereka masih kurang mendalam dari media lain maka akan menjadi poin penting yang akan mereka ulik dari musisi yang diwawancarai. Hasil riset yang mereka lakukan tentunya akan diarahkan kepada pemimpin redaksi terlebih dahulu. Jika sudah diterima maka akan lanjut kepada tahap pengeksekusian oleh tim produksi.

Komponen terakhir dari kesamaan Warning dan HOOKSpace ialah upaya yang dilakukan oleh masing-masing portal musik dalam meningkatkan eksistensi musik *indie*. Warning sendiri dalam upaya yang mereka lakukan ialah tidak adanya melihat perbedaan atau batasan dari musisi yang lahir dari label *indie* ataupun musisi dari label *major* atau biasa dikenal sebagai musik *mainstream*. Masih banyaknya media korporat yang berfokus kepada musik hanya menonjolkan musik populer atau musik *mainstream* sebagai topik utama mereka. Padahal, menurut Warning musisi dari label *indie* lah yang lebih membutuhkan dukungan melalui internet untuk mempertahankan eksistensi mereka. Cara yang dilakukan oleh Warning cukup beragam dalam upaya peningkatan eksistensi musisi *indie* tersebut, dari melakukan *review* album atau rilisan yang dilakukan oleh mereka hingga melakukan wawancara dengan menggunakan musisi *indie* sebagai narasumbernya.

Warning dalam upaya peningkatan eksistensi musisi *indie* memiliki cara tersendiri yang mereka lakukan, salah satunya ialah musisi yang memiliki muatan politik dalam pembahasannya. Salah satu yang pernah mereka lakukan ialah mewawancarai Banda Neira, musisi duo yang sudah menghiiasi skena musik *indie* namun sudah menyatakan bubar sejak 2016. Wawancara yang mereka lakukan kepada Banda Neira seputar mogok kerja, buruh dan lainnya mendapatkan atensi yang tinggi dari audiens. Menurut Warning, suara yang dimiliki oleh musisi tersebut dalam menyampaikan pendapat akan jauh lebih didengar oleh pembaca mereka jika dibandingkan opini pribadi yang dikeluarkan oleh penulis dari Warning sendiri.

HOOKSpace pun juga memiliki cara tersendiri untuk meningkatkan eksistensi yang dimiliki oleh musisi *indie* lokal. Cara yang mereka lakukan lebih kepada mengedapankan konten *audiovisual* untuk turut mendapatkan atensi dari audiens untuk menikmati rilisan yang dimiliki oleh musisi tersebut. Pertimbangan yang dilakukan oleh HOOKSpace ialah apakah musisi yang akan mereka bantu sudah pernah melakukan *live session* atau belum. Sangat jarang band yang benar-benar baru diberikan *live session* oleh HOOKSpace, karena bagi mereka bukanlah ranah mereka untuk bertanggung jawab pada band-band yang baru lahir tersebut. HOOKSpace secara tegas mengatakan bahwa masih banyak band-band baru tersebut masih diragukan keseriusan mereka dalam skena permusikan Indonesia. Sehingga untuk memberikan *live session*, HOOKSpace melakukan kurasi terhadap band atau musisi yang benar-benar serius. Harapan dari HOOKSpace ketika memberika *live session* ialah agar band itu dapat bertahan lama dan tidak sekedar menjadi ‘band kampus’ pada umumnya. Ada tanggung jawab yang mereka bawa setelah diberikan *live session* oleh HOOKSpace.

2. Tahapan Pengorganisasian

Tahapan selanjutnya dari pelaksanaan ialah pengorganisasian atau *organizing*. Tujuan dari tahapan ini ialah untuk melakukan pengorganisir terkait pembagian tugas pekerjaan dalam praktik jurnalistik serta penempatan bagi reporter untuk mengemban tugas yang telah diberikan.

Ada berbagai macam komponen yang dilakukan oleh Warning Magazine dan juga HOOKSpace guna memberikan pembagian tugas dalam praktik jurnalistik di lapangan serta penempatan bagi reporter yang diberikan tugas untuk melakukan peliputan. Sebagai media independen, kedua media ini tidak memiliki struktur pengorganisasian yang begitu ketat dan mengikat, namun tetap kembali kepada produktivitas anggota mereka dalam mengolah tulisan ataupun konten yang dibutuhkan oleh masing-masing media. Komponen pada tahapan pengorganisasian yang ada pada kedua portal musik ini ialah *pembagian pemberitaan dan reporter* dan juga *pembagian manajerial konten*.

Pada komponen *pembagian pemberitaan dan reporter* yang secara terorganisir ataupun diatur dalam kebijakan yang berlaku pada masing-masing portal musik, perbedaan yang cukup mencolok terdapat pada HOOKSpace. Untuk Warning Magazine sendiri gambaran pembagian pemberitaan dan reporter kurang lebih sama dengan media arus utama.

Warning Magazine sebagai portal musik yang masih berasaskan independensi mengakui bahwa struktur organisasi yang mereka jalankan tidak sepenuhnya hanya ditanggung oleh anggota yang diberikan tanggung jawab. Tak jarang Warning masih melakukan rangkap kerja agar efektivitas kerja di lapangan dapat terus berjalan. Pada meja redaksi yang mereka punya, Warning masih menerapkan posisi pemimpin redaksi yang bertanggung jawab atas kepenulisan. Pada praktik di lapangan untuk pembagian pemberitaan dan reporter, warning tidak memberikan batasan tertentu kepada anggota mereka. Semua boleh untuk melakukan liputan apapun mengenai musik, sosial, politik, budaya dll, selama masih sesuai dengan tujuan mereka. Ini sejalan dengan semboyan yang mereka pegang, *Without Border*, dimana tidak ada batasan bagi mereka dalam memberitakan apapun. Struktur organisasi tidaklah menjadikan sekat diantara anggota yang ada di Warning. Terpenting ialah masih adanya penulis yang menghasilkan tulisan.

Tulisan yang sudah diproduksi nantinya tentu akan melalui proses penyuntingan terlebih dahulu oleh pemimpin redaksi, sehingga akan mendapatkan pertimbangan untuk diterbitkan ataupun tidak. Dalam pembagian reporter yang dilakukan oleh Warning, mereka cukup fleksibel dan tidak terlalu memaksakan anggota mereka dalam melakukan liputan. Yang dimaksud ialah Warning menjauhkan kebiasaan yang ada pada media arus utama, dimana penulis dituntut untuk menuliskan hal yang tidak mereka sukai. Warning berpendapat bahwa ketika penulis yang mereka miliki mendapatkan kebiasaan tersebut hanya akan menenggelamkan potensi yang mereka miliki.

Warning melakukan rapat terlebih dahulu sebelum membagikan tim yang mereka miliki untuk pemberitaan dan reporter dalam terjun ke lapangan. Rapat yang dilakukan oleh Warning terhitung fleksibel, karena mereka tidak mengharuskan bertatap muka secara langsung. Jika tidak dapat melakukan rapat secara *offline*, maka Warning akan melaksanakan rapat secara *online* melalui *chatting group* yang mereka miliki di sosial media. Tentu ini akan memberikan efektivitas waktu yang tinggi jika dibandingkan harus melaksanakan rapat secara langsung. Rapat *online* dilakukan untuk menentukan secara cepat siapa yang harus terjun ke lapangan dan melaksanakan liputan. Tidak ada batasan yang diterapkan oleh Warning untuk siapa saja yang akan diberangkatkan. Warning sendiri juga tidak mempermasalahkan jika adanya anggota yang selalu terjun ke lapangan, sedangkan ada anggota lain yang tidak. Kembali kepada prinsip awal tadi, bahwa setiap anggota sadar akan porsi masing-masing. Sehingga setiap anggota sudah terbiasa untuk menulis sesuai dengan kesukaan mereka masing-masing.

Selain itu Warning juga memiliki *developer* yang bertanggung jawab atas pengelolaan *website* yang mereka miliki. Penunjang keindahan dari sosial media yang dimiliki oleh Warning juga diatur langsung oleh tim visual artistik yang mereka miliki, meski belum pada tahap yang begitu serius hingga ke pengolahan jurnalisme data seperti infografis. Namun dikarenakan terbatasnya sumber daya yang mereka miliki, Warning masih kerap kali melakukan rangkap kerja atas beberapa divisi yang tidak memiliki penanggung jawab resmi di dalamnya. Contohnya ialah divisi riset dalam pencarian data sebelum terjun ke lapangan, Warning langsung menunjuk penulis yang bersangkutan untuk melakukan riset secara mandiri untuk menunjang kepenulisannya. Warning juga tidak memiliki divisi pengembangan sumber daya manusia dikarenakan masih dirasa kurang dibutuhkan. Warning menanggapi bahwa semua anggota bebas untuk berkembang bersama atau tidak. Jika ada keputusan dari anggota yang ingin memilih untuk keluar dari Warning, maka tidak akan ditahan. Lalu ada divisi perusahaan yang langsung dipegang oleh *founder* jika sewaktu-waktu ada pihak-pihak yang ingin melakukan kerja sama.

Seperti yang sudah disebut sebelumnya, bahwa HOOKSpace memiliki sedikit perbedaan dalam komponen pembagian pemberitaan dan reporter. Tim HOOKSpace memiliki dua tim yang berbeda untuk memproduksi produk yang mereka miliki. Ada tim yang berfokus pada tulisan dan juga konten *audiovisual*. Semua produksi yang mereka miliki dibawah langsung oleh *Content Manager* atau setara dengan pemimpin redaksi. Srukturalisasi yang dimiliki oleh HOOKSpace terhitung cukup teratur, karena mereka memiliki tiap-tiap anggota yang bertanggung jawab atas apa yang sudah diamanahkan. Untuk produk tulisan sendiri semua sudah diatur langsung oleh pemimpin redaksi dan tidak adanya rapat redaksi khusus yang dimiliki oleh HOOKSpace. Alasannya ialah karena produk tulisan yang mereka miliki kebanyakan merupakan jenis opini yang tidak membutuhkan rapat redaksi. Seiring berjalannya waktu, HOOKSpace mulai menambahkan beberapa sumber daya untuk membantu efektivitas kerja *content manager*. Adanya penambahan *copy writer* dan *social media manager* turut membantu kinerja. Proses ini juga menuntut untuk proses *planning content* agar dapat lebih teratur dalam proses publikasi kepada pembaca.

Tim produksi yang dimiliki oleh HOOKSpace terbagi menjadi dua, untuk yang berfokus kepada tulisan dan juga konten *audiovisual*. Dua divisi ini dibawah langsung oleh *content manager* yang bertanggung jawab. Dalam proses produksi tulisan dan konten *audiovisual*, HOOKSpace selalu melakukan riset agar mendapatkan data yang mendalam saat terjun ke

lapangan. Segala konten yang akan diproduksi tersebut akan diriset terlebih dahulu oleh divisi *research and development*. Data dari hasil riset yang telah dilakukan nantinya akan dikumpulkan ke meja redaksi. Jika data yang ditemukan dianggap layak, maka akan langsung dieksekusi oleh tim produksi HOOKSpace. Selain itu HOOKSpace juga memiliki divisi lain yang bertanggung jawab atas keberlangsungan mereka dan penunjang dalam kebutuhan produksi. Ada *business & development* sebagai divisi yang bertanggung jawab untuk mengatur perkembangan bisnis dari HOOKSpace, salah satu pekerjaan utamanya ialah mengajak kerjasama *event* agar bisa melakukan produksi konten *audiovisual* dan kebutuhan wawancara. Terakhir ada divisi *finance* yang menunjang kebutuhan produksi yang dibutuhkan oleh tim produksi, sekaligus bertanggung jawab dalam perputaran keuangan yang terjadi di dalam organisasi.

3. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan ialah bentuk kegiatan yang dilakukan guna menggerakkan anggota yang ada di dalam organisasi serta fasilitas yang dimiliki dalam menunjang aktivitas dalam produksi produk jurnalistik, dimana meliputi kegiatan peliputan, penulisan hingga penyuntingan berita.

Pada tahapan pelaksanaan yang dilakukan oleh Warning Magazine dan HOOKSpace memiliki komponen yang berguna untuk memberikan tugas kepada anggota yang mereka miliki agar dapat melaksanakan proses peliputan, selanjutnya dilakukan penulisan berdasarkan hasil reportase yang telah dilakukan di lapangan, lalu kemudian dilakukan penyuntingan atas tulisan yang sudah selesai dan tahap terakhir ialah publikasi berita melalui masing-masing portal berita. Komponen tahapan pelaksanaan yang terdapat pada masing-masing portal berita ialah *tahap reportase* dan juga pengumpulan tulisan atau *deadline*.

Pada komponen tahap reportase, Warning dan HOOKSpace tidak memiliki perbedaan yang signifikan dalam praktek kerja jurnalistiknya. Warning sebagai media independen tidak memberikan batasan-batasan untuk setiap anggotanya dalam menyampaikan ide, sehingga semua ide akan diterima sebagai sebuah masukan. Ide yang diterima tersebut akan kembali dikurasi oleh pemimpin redaksi apakah layak atau tidak untuk ditindaklanjuti. Lalu Warning sendiri juga menolak sistem kepenulisan yang terjadi pada media arus utama sekarang ini, dimana penulis dipaksa menulis hal yang tidak mereka sukai, seperti yang sudah disebutkan sebelumnya di atas. Semua tulisan yang ditulis berdasarkan inisiatif sendiri demi kesenangan dan kesuksesan bersama.

Saat melakukan tahap reportase, penulis akan melanjutkan kepada tahap penulisan. Namun perbedaan dari sistem kerja jurnalistik yang biasa terjadi, Warning membebaskan penulisnya untuk menjadi editornya atas tulisannya sendiri. Ini dikarenakan faktor keterbatasan sumber daya yang mereka miliki.

HOOKSpace melakukan hal yang tidak jauh berbeda dari Warning. Dalam pencarian data tulisan, portal berita ini terbiasa untuk melakukan daftar terlebih dahulu konten seperti apa yang akan diangkat. Selanjutnya nanti akan diatur siapa yang akan menulis sesuai dengan kebutuhan konten. HOOKSpace tidak memiliki target yang begitu jauh atas produk tulisannya, terpenting ialah harus selalu adanya konten tulisan yang dipublikasikan oleh HOOKSpace. Dalam proses peliputan langsung yang berbentuk wawancara, hasil dari reportase yang telah dilakukan akan dialihkan kepada *content manager*. Pertimbangan selanjutnya akan dipublikasikan atau tidak produk jurnalistik tersebut bergantung pada keputusannya.

Komponen kesamaan lain yang dimiliki oleh Warning dan HOOKSpace ialah tidak adanya deadline yang dipatok oleh mereka dalam memproduksi produk jurnalistik yang mereka miliki. Seperti media independent pada umumnya, mereka tidak bisa mematok deadline saat anggota yang mereka miliki melakukan produksi kepenulisan. Warning sendiri memiliki alasan profesionalitas yang mereka junjung. Dalam portal musik Warning, deadline yang mereka terapkan tidak terlalu mengikat, mengingat jumlah sumber daya manusia yang dimiliki terhitung cukup sedikit. Alasannya ialah karena mereka belum mampu membayar penulis yang mereka miliki, sehingga tidak ada alasan bagi Warning untuk memberikan deadline yang ketat bagi anggota mereka. Semua kembali kepada poin inisiatif yang dimiliki oleh anggota mereka dalam menyelesaikan tanggung jawab yang sudah dipegang sebelumnya. Masalah kedisiplinan seperti ini bagi Warning memang dirasa sangat sulit jika melihat posisi independen yang tidak mengikat anggotanya satu sama lain.

Tidak jauh berbeda, HOOKSpace juga tidak mengatur deadline yang ketat kepada anggotanya perihal masalah kedisiplinan deadline pengerjaan produk jurnalistik. Kembali kepada poin utama yang telah disebutkan sebelumnya, posisi sebagai portal musik independent yang tidak mengikat membuat HOOKSpace tidak bisa memberikan kewajiban kepada para anggotanya untuk menjadi media yang aktual. Alasan HOOKSpace ialah 24 jam yang dimiliki anggotanya tidaklah hanya untuk HOOKSpace saja, setiap anggota memiliki kewajiban lain yang dirasa jauh lebih penting. Jumlah anggota yang mereka miliki juga menjadi alasan tersendiri kenapa mereka tidak

bisa menjadi media yang aktual. Namun di sisi lain, HOOKSpace mengedepankan bahwa mereka dapat menjadi media yang Faktualitasnya tetap terjaga. HOOKSpace merasa faktualitas yang terjaga dari sebuah media akan jauh lebih penting jika dibandingkan media yang aktual namun tidak mengedepankan sisi faktualnya.

4. Tahapan Pengawasan dan Evaluasi

Tahapan pengawasan dan evaluasi merupakan tahapan terakhir yang ada pada sistem manajemen redaksional. Proses pengawasan terjadi guna melihat apakah produk jurnalistik yang akan diterbitkan sudah layak atau tidak untuk dibaca oleh khalayak luas. Faktor selanjutnya ialah apakah sudah sesuai dengan kaidah jurnalistik yang berlaku. Terakhir ialah evaluasi untuk melihat dan meninjau kembali bagaimana kesulitan, kekurangan dan hambatan yang terjadi dimulai dari proses perencanaan hingga tulisan tersebut layak untuk dipublikasi.

Tahapan pengawasan dan evaluasi yang dilakukan oleh portal berita Warning Magazine dan HOOKSpace ini memiliki komponen guna memberikan kenyamanan atas produk jurnalistik yang dihasilkan kepada audiens. Komponen pada tahapan ini ialah *pengawasan* dan *evaluasi*

Warning dalam melakukan pengawasan atas tulisan yang dihasilkan ialah dalam bentuk menanggapi respon dari pembaca dan pertimbangan atas tulisan yang dirilis. Tanggapan-tanggapan yang diberikan oleh pembaca akan menjadi bahan acuan bagi Warning untuk kedepannya. Pertimbangan atas tulisan yang mereka rilis pun juga dilakukan agar mencegah masalah yang kemungkinan akan timbul. Bagi Warning lebih baik untuk mencegah di awal daripada harus menunggu proses evaluasi. Sehingga Warning tidak jarang menunda atau bahkan tidak jadi untuk mempublikasikan tulisan agar mengurangi kemungkinan tersebut. Tulisan yang mendapat pertimbangan juga akan dibahas kembali kepada penulis agar tidak ada kesalah pahaman.

HOOKSpace sedikit berbeda dalam melakukan proses pengawasan atas tulisan yang mereka publikasikan, karena tidak begitu berlaku atas jenis tulisan yang mereka produksi. Ini kembali lagi kepada prinsip HOOKSpace di awal, dimana mereka menargetkan selalu ada tulisan tanpa ada target yang tinggi. Bagi HOOKSpace, mereka ingin pembaca agar dapat menikmati tulisan yang mereka miliki senyaman mungkin. Salah satu faktor yang mereka tonjolkan ialah agar

dapat dipahami dan dimengerti oleh semua kalangan. Sedangkan untuk konten *audiovisual*, HOOKSpace melakukan pengawasan terhadap kualitas *audio* dan *visual* yang mereka sajikan.

Untuk proses evaluasi, Warning dan HOOKSpace menerapkannya agar mereka dapat terus meningkatkan produk jurnalistik yang akan mereka publikasikan. Warning sendiri melakukan evaluasi biasanya dalam rentan dua bulan sekali untuk membahas permasalahan-permasalahan yang ada di dalam organisasi ataupun produk yang telah dirilis. Salah satu yang sering menjadi bahan evaluasi dan sangat sulit untuk dikontrol oleh Warning ialah kedisiplinan anggota atau penulis yang mereka punya. Posisi sebagai media non-profit membuat Warning sulit untuk mengontrol hal tersebut. Tidak jarang anggota yang ingin keluar dibiarkan begitu saja karena tidak ada yang bisa mereka janjikan untuk tetap dapat bertahan sebagai anggota Warning.

Berbeda dengan Warning, karena memiliki strukturalisasi yang lebih baik membuat HOOKSpace lebih sering untuk melakukan evaluasi terhadap konten yang mereka punya. Peningkatan kualitas selalu coba diterapkan oleh HOOKSpace guna mendapatkan ketertarikan lebih dari audiens ataupun calon audiens yang mereka miliki. HOOKSpace mengaminkan bahwa jika mereka sudah dapat menjaga dan terus meningkatkan kualitas produk jurnalistik yang mereka miliki, maka dengan sendirinya audiens akan datang untuk menikmati apa yang telah disajikan.

	Portal Berita Komponen	Warning Magazine	HOOKSpace
Planning	Pemilihan berita atas target audiens	Mengangkat isu politik dalam penulisannya	Tulisan yang lebih ringan (hidangan pembuka bagi audiens)
	Inisiatif tinggi para anggota	Kerap melakukan rapat melalui <i>chatting room</i> untuk menerjunkan anggota ke	Melakukan riset mandiri untuk menunjang kualitas produk

		lapangan, tanpa perlu tatap muka	
	Peningkatan eksistensi musisi indie.	Melalui produk jurnalistik yang menggunakan tanggapan dari musisi <i>indie</i> untuk membahas isu politik	Memberikan <i>live session</i> kepada musisi <i>indie</i>
Organizing	Pembagian pemberitaan dan reporter	Berdasarkan hal yang disukai dan kesadaran akan porsi masing-masing	Dipegang dan dikelola langsung oleh <i>Content Manager</i>
	Pembagian manajerial konten.	Pembagian tim reporter dan tim visual artistik	Pembagian tim tulisan dan tim konten <i>audiovisual</i>
Actuating	Tahap reportase	Tidak ada batasan dalam penyampaian ide	Melakukan daftar terlebih dahulu produk yang akan diproduksi
	<i>Deadline</i>	Tidak menerapkan <i>deadline</i> yang ketat	Tidak menerapkan <i>deadline</i> yang ketat
Controlling	Pengawasan	Menanggapi respon pembaca dan pertimbangan atas tulisan yang dirilis	Tulisan yang ringan dan kualitas <i>audio</i> dan <i>visual</i> yang disajikan

	Evaluasi	Rutin dalam dua bulan sekali dan membahas terkait produk jurnalistik yang dihasilkan dan kedisiplinan anggota	Peningkatan kualitas agar dapat menarik lebih banyak audiens kedepannya
--	----------	---	---

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan tahapan manajemen redaksional pada portal musik lokal

B. Karakteristik Media Online Yang Sudah Dilakukan Oleh Portal Musik Warning Magazine dan HOOKSpace

Media online kini menjadi media yang menjamur dalam pemanfaatannya untuk menjalankan kegiatan jurnalistik. Kegiatan jurnalistik yang dulu dikenal sebagai media konvensional (penggunaan media cetak dan elektronik) perlahan mulai tergantikan dengan penggunaan media *online* dalam menyampaikan produk-produk jurnalistik hasil dari proses kerja jurnalistiknya, tidak terkecuali untuk yang dilakukan oleh Warning Magazine dan HOOKSpace.

Sebagai bentuk persilangan dari teknologi komunikasi, media online memberikan penggunaan media yang memiliki fungsi sebagai alat komunikasi antar manusia atau bersifat interaktif dimana media memungkinkan partisipasi aktif baik pengirim pesan maupun penerima pesan. Media *online* dapat disebut sebagai media genaris ketiga setelah media cetak seperti koran, tabloid dan juga media elektronik seperti radio ataupun televisi (Romli, 2012:30).

Jurnalisme online dalam pelaksanaannya memiliki karakteristik tersendiri. Dalam buku berjudul *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web* yang diungkapkan oleh Foust (dikutip Romli, 2012:6), beberapa karakteristik sebagai pembeda jurnalisme online dengan media konvensional yakni *Audience Control*, *Nonlinearity*, *Storage and Retrieval*, *Unlimited Space*, *Immediacy* dan *Interactivity*. *Audience Control* ialah memberikan kebebasan bagi pembaca atau audiens dalam memilih berita yang ingin mereka nikmati, *Nonlinearity* adalah berita yang disebarkan tidak berurutan dan dapat berdiri sendiri, *Storage and Retrieval* merupakan informasi yang tersimpan dan dapat diakses kembali kapan saja dengan mudah, *Unlimited Space* memungkinkan jumlah berita yang disampaikan dapat lebih lengkap jika dibandingkan dengan media lainnya, *Immediacy* yakni informasi yang dapat disampaikan untuk

sesegara mungkin kepada audiens dan terakhir ialah *Interactivity* dimana memungkinkan untuk meningkatkan jumlah partisipasi setelah audiens menikmati berita atau informasi yang telah disajikan.

Karakteristik sendiri dalam Jurnalisme online juga terbagi dalam beberapa bagian. Mengutip Yani (2011: 26-27) karakteristik tersendiri tersebut ialah bersifat *real time*, berita yang dapat disampaikan secara langsung dan tepat waktu saat kejadian berlangsung. *Multimedia*, menyertakan unsur multimedia yang membuat penyajian berita dapat lebih lengkap jika dibandingkan dengan media konvensional. *Interactive* dimana menyediakan kolom komentar agar pembaca dapat memberikan respon atau feedback kepada media tersebut dan dengan menggunakan sistem *hyperlink* guna mempublikasi berita yang telah diproduksi secara lebih jauh ke sosial media seperti *twitter* ataupun *facebook*. *Archive* atau tersimpan/tersiapkan, dimana lebih terdokumentasikan secara rapi dalam jaringan digital. *Tidak membutuhkan penyunting/redaktur*, berbeda dengan surat kabar konvensional yang memilikinya, pada jurnalisme online dianggap tidak begitu membutuhkannya agar tidak ada orang yang mampu menentukan informasi yang masuk akal ataupun tidak.

Poin terakhir dapat dijadikan pertimbangan dikarenakan pada kenyataan yang berlaku pada penggiat jurnalisme *online* secara profesional secara umum maupun yang non-profesional, ini juga terkait dengan subjek penelitian yang merupakan media independent yang bersifat non-profit dan tidak dapat dikatakan sebagai profesional. Dalam pelaksanaan yang terjadi pada kedua portal berita yang dijadikan sebagai subjek, mereka masih memiliki redaktur sebagai pen jembatan antara reporter dan pembaca agar dapat mengolah kembali informasi yang telah diterima dan yang ingin disampaikan kepada audiens.

1. Warning Magazine

Warning Magazine menjalankan praktek jurnalisme *online* melalui *warningmagz.com*. Meski sempat aktif menjalankan media cetak dalam bentuk majalah, namun sekarang ini media *online* lah yang menjadi fokus utama mereka. Sebagai portal musik yang independent dan bersifat non-profit, Warning tidak memiliki target yang terlalu muluk dalam melakukan produksi jurnalistiknya, terpenting ialah mereka tetap produktif menghasilkan tulisan setiap bulannya. Berikut ialah karakteristik dari jurnalisme *online* yang terdapat dalam tulisan atau telah dilaksanakan dalam praktik jurnallisme yang telah dilakukan Warning pada *warningmagz.com*

a. Bersifat Interaktif Dengan Menyertakan *Hyperlink*

Penulisan berita maupun tulisan yang ditujukan kepada audiens atau pembaca untuk dapat dinikmati sebagai tambahan wawasan diperlukan tulisan sebagai penunjang tulisan lainnya, tulisan yang tidak terselesaikan dalam tulisan pokok saja. Tulisan yang diperlukan untuk kemudian menjadi tambahan sebagai tulisan yang bersambung-lanjutan sehingga seluruh informasi dapat tersampaikan secara keseluruhan. Hal inilah yang membuat adanya sifat karakteristik jurnalistik online bersifat interaktif.

Interaktif bermakna untuk memanfaatkan *hyperlink* sebagai fasilitas web, karya jurnalistik online yang menyajikan informasi yang terhubung dengan informasi-informasi lainnya yang telah dipublikasikan sebelumnya. Sehingga penggunaan media *online* ini dapat efisien dan efektif, namun tetap mendalam dan *point of view* yang lebih luas guna menyangkut informasi tersebut.

Warning menjalankan sifat interaktif ini salah satunya pada tulisan mereka yang berjudul ‘*Solidaritas Ke Perjuangan Kendeng, JRX Superman Is Dead Tolak Tawaran Penggunaan Lagu Untuk #JokowiMenjawab*’ yang mengulas tentang JRX ‘SID’ yang menolak tawaran dalam rangka kampanye tagar Jokowi Menjawab. Berita ini merupakan tulisan respon dari drummer band asal bali, Jerinx SID atas perjuangan petani rembang melawan pabrik semen. Tulisan ini dipublikasikan pada 23 Maret 2017.

Dalam tulisan ini menyampaikan respon dari Jerinx atas tawaran dari tim program tagar Jokowi Menjawab yang ingin menggunakan lagu dan cuplikan video musik *Superman Is Dead* yang berjudul ‘*Jadilah Legenda*’, lagu yang kental dengan semangat nasionalisme. Rencananya salah satu lagu hit dari album *Sunset di Tanah Anarki* ini akan digunakan sebagai *soundtrack* dalam kampanye tersebut. Tulisan ini merupakan salah satu tulisan lanjutan atas tulisan yang sudah pernah dipublikasikan Warning sebelumnya yang berjudul ‘*Petani Rembang Menang, Izin Lingkungan Semen Indonesia Dibatalkan*’.

Dalam hal ini dapat diamati bahwa tulisan yang sudah dirilis oleh Warning memiliki sifat interaktif, dimana tidak dapat berdiri sendiri dan berkelanjutan. Bahwa tulisan yang sudah diangkat sebelumnya merupakan rangkaian lanjutan dari tulisan lainnya dan merupakan satu kesatuan dalam pembahasannya. Dengan analisis yang berbeda dan lebih mendalam serta menampilkan *point of view* yang lebih beragam dalam tulisan yang sudah dipublikasikan. Sehingga pembaca

Warning dapat memiliki pengetahuan yang lebih mendalam dengan disertakannya *hyperlink* pada tulisan yang membahas hal yang sama.



Gambar 4.1 Tautan pada portal musik *warningmagz.com*



Gambar 4.2 Tautan pada portal musik *warningmagz.com*

b. Membangun Hubungan yang Partisipatif

Warning dalam meningkatkan kualitas pemberitaannya membutuhkan respon ataupun masukan yang bisa berupa nasihat dan kritik sehingga dapat melakukan perubahan kedepannya. Produk jurnalistik yang mereka hasilkan dengan mendapatkan respon dari pembaca tentunya akan memberikan perubahan baik secara pengetahuan ataupun perilaku dalam berproses kedepannya. Maka daripada itu guna membangun hubungan yang partisipatif dengan pembaca, Warning menyertakan fitur yang dapat menyebarkan produk mereka dapat disebarluaskan melalui sosial media. Penyebaran pemberitaan ini dapat disebarluaskan langsung melalui portal *warningmagz.com* sendiri yakni *facebook*, *twitter*, *pinterest*, *Instagram* dan juga *tumblr*.

Atas hal tersebutlah, karakteristik jurnalistik online yang melekat pada Warning ialah bersifat interaktif. Karakteristik yang dimana dapat menjadikan hubungan yang intens antara Warning dan juga kepada pembaca mereka, begitu pula sebaliknya. Untuk menunjang hal tersebut, kolom komentar juga tersedia di portal mereka agar mengetahui respon dari pembaca secara langsung. Seperti contohnya tulisan mengenai ulasan dari single perdana *Circle Fox* yang berjudul '*We Blind*' mendapat respon positif dari pembacanya, disana salah satu pembaca memberikan respon '*Asik!*' atas tulisan yang sudah dipublikasikan tersebut.

Selain kolom komentar langsung di portal musiknya, Warning juga kerap mendapatkan respon langsung melalui media sosial yang mereka miliki. Seperti adanya beberapa akun yang menyebarkan tulisan yang dipublikasikan oleh Warning melalui *twitter*. Salah satunya ialah tulisan yang bertajuk '*Menyoal Lagu Protes Bersama J. Cole dan NoName*'. Artikel yang menyoali lagu yang menyinggung isu *#BlackLivesMatter* dan musik rap secara lebih luas itu mendapat respon positif dari pengguna *twitter*.

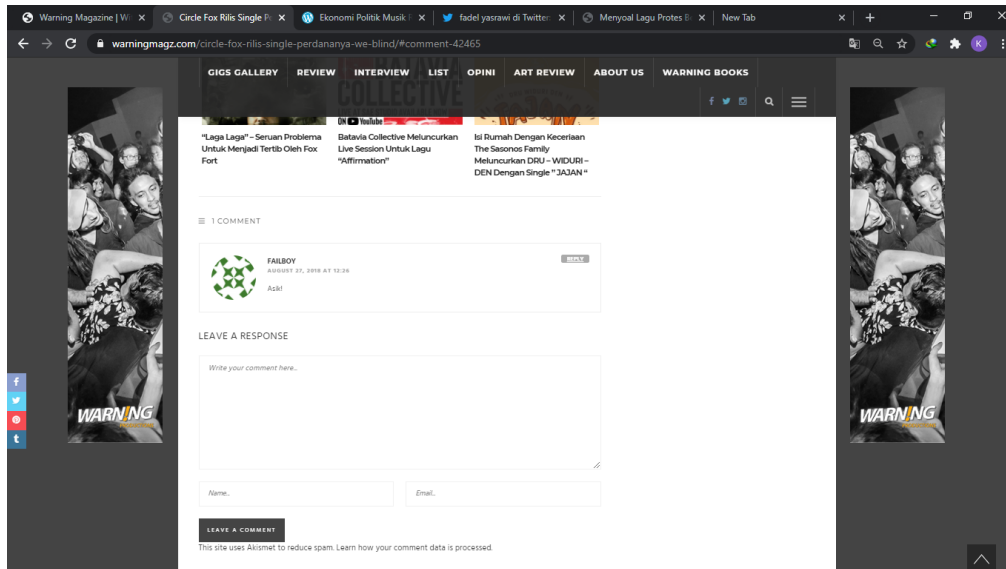
Artikel-artikel diatas dan artikel lainnya yang sudah pernah dipublikasikan ke dalam portal *warningmagz.com* kemudan dengan sendirinya disebarluaskan oleh pembaca melalui media sosial yang mereka miliki. Tanggapan-tanggapan yang diberikan oleh pembaca dengan menggunakan media sosial tersebut ialah dengan menyebarkan ulang atau mengirimkan kembali tulisan tersebut melalui media sosial pembaca, yang kemudian terdapatnya komentar subyektif dari pembaca. Sehingga hal tersebut menimbulkan tindakan interaktif dari pembaca yang telah membaca artike yang diberikan oleh Warning Magazine.



Gambar 4.3 Hubungan interaksi pembaca Warning Magazine di media sosial



Gambar 4.4 Tautan pada *warningmagz.com*



Gambar 4.5 Interaksi yang diberikan oleh pembaca melalui *warningmagz.com*

2. HOOKSPACE

HOOKSpace menjalankan praktek jurnalistik *onlinenya* melalui portal *hookspace.id*. HOOKSpace sebagai media yang independent yang mengikuti arus jama sekarang tidak begitu menjadikan tulisan sebagai produksi utama mereka, dikarenakan terbatasnya sumber daya yang mereka miliki untuk memproduksi tulisan. Sebagai gantinya, HOOKSpace mencoba lebih mengembangkan unsur-unsur multimedia yang bisa menarik lebih banyak audiens, salah satunya pemanfaatan *audiovisual*. Berikut ialah karakteristik dari jurnalisme *online* yang terdapat dalam tulisan maupun produk *audiovisual* atau telah dilaksanakan dalam praktik jurnallisme yang telah dilakukan HOOKSpace pada *hookspace.id*

a. Menyertakan Unsur-Unsur Multimedia

Kelebihan yang dimiliki oleh media konvensional biasanya hanya terdapat satu pada masing-masing medianya, seperti contohnya pada media cetaknya saja. Media cetak memiliki keunggulan dalam reportase investigatif yang dilakukan secara mendalam dan juga gaya penulisan *in depth* yang bentuk implementasinya biasanya terjadi pada bentuk majalah sebagai hasil akhir setelah sebelumnya melaksanakan reportase.

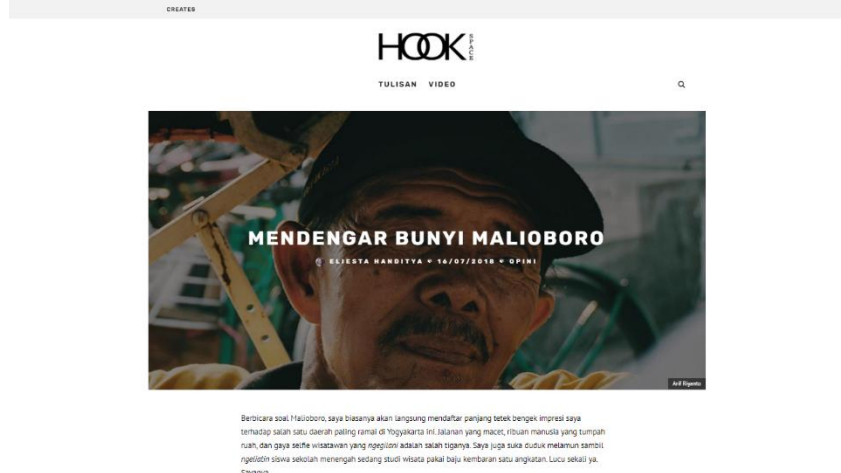
Tak jauh berbeda dengan media elektronik, keunggulan media elektronik ialah dengan menampilkan bentuk *audio* dan juga *visual* pada pemberitaan yang dilakukan dengan bantuan

teknologi. Kelebihannya ialah dapat bersifat *real time*, namun juga dapat menjadi kendala karena berita yang disajikan terkadang belum tentu diketahui audiens jika tidak dalam keadaan mendengar (*audio*) dan juga menonton (*visual*) sehingga terkadang audiens tidak bisa mengikuti perkembangan berita yang disajikan (Suryawati, 2014:43). Namun seiringnya berkembang zaman, hal ini dapat ditanggulangi dengan bentuk pengarsipan pada *platform* yang dimiliki oleh media tersebut, bisa melalui *Instagram* ataupun *youtube*.

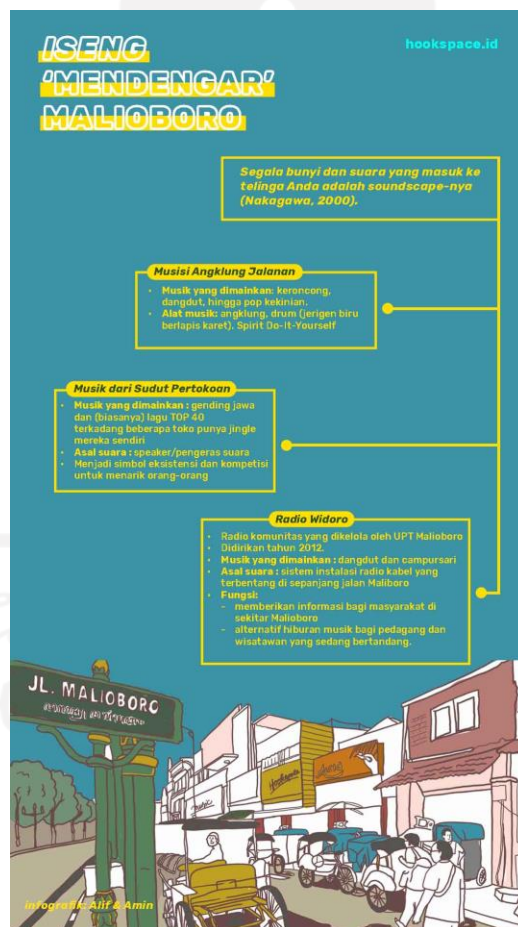
Jurnalistik online ialah salah satu solusi untuk dapat melakukan hal tersebut, dengan melakukan pemberitaan berbentuk tulisan dan juga penyampaian melalui *audio* dan *visual*, inilah yang menjadikan adanya karakteristik multimedia. Karakteristik multimedia dalam jurnalistik online memungkinkan untuk dapat menyajikan bentuk dan isi laporan berita secara lebih beragam dibandingkan dengan jurnalistik di media konvensional (Suryawati, 2014: 119).

Dalam pelaksanaannya, HOOKSpace sebagai media telah memanfaatkan unsur-unsur multimedia. Tidak hanya berfokus pada tulisan saja, namun mereka juga sudah melakukan pengarsipan melalui konten *audiovisual*. Untuk tulisan, mereka sudah menerapkan bentuk infografis pada beberapa tulisan yang sudah mereka publikasikan. Salah satunya ialah pada tulisan yang berjudul '*Mendengar Bunyi Malioboro*'. Tulisan yang membahas mengenai Malioboro melalui *soundspace* yang hadir disana. segala bunyi dan suara yang masuk ke telinga Anda adalah *soundscape*-nya (Nakagawa, 2000). *Soundspace* yang dimaksud yakni musik angklung jalanan, musik dari sudut pertokoan dan Radio Widoro yang kental dengan imej Yogyakarta.

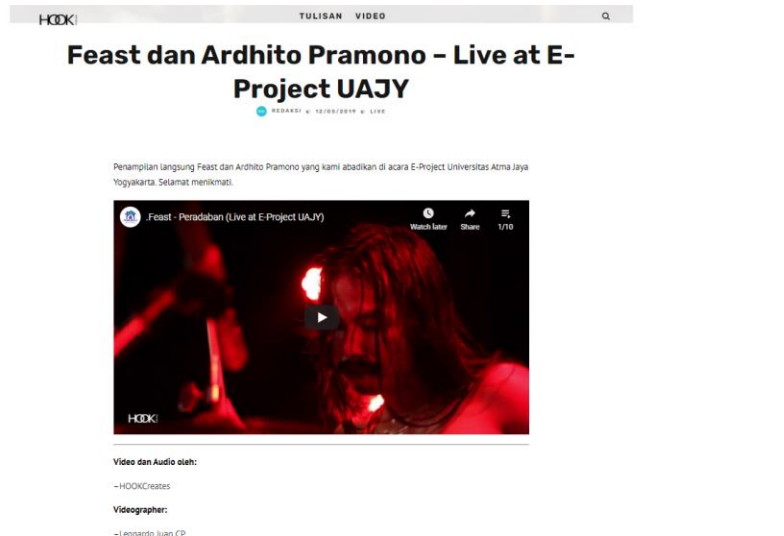
Untuk *audiovisual* sendiri, HOOKSpace mungkin bisa dikatakan sebagai *pioneer* untuk pengarsipan konser yang dilakukan di Yogyakarta. Melalui kanal *youtube* mereka, banyak konser-konser yang sudah dihelat mereka arsipkan dengan baik. Dengan pemanfaatan multimedia, mereka juga menyertakannya pada portal *hookspace.id* agar dapat mengajak audiens untuk mengunjungi portal yang mereka miliki. Salah satunya ialah penampilan band *Feast*. dan solois Ardhito Pramono pada acara *E-Project* yang dihelat oleh Universitas Atmajaya Yogyakarta.



Gambar 4.6 Tautan pada *hookspace.id*



Gambar 4.7 Infografis yang dilakukan oleh HOOKSpace



Gambar 4.8 Tautan pada *hookspace.id*

b. Membangun Hubungan Partisipatif

Dalam meningkatkan kualitas yang mereka miliki dalam melakukan kinerja jurnalistik, tentunya HOOKSpace membutuhkan masukan baik merupakan kritik ataupun nasihat agar dapat menjadi bahan evaluasi dan perubahan baik secara pengetahuan maupun perilaku yang mereka miliki.

Tidak hanya itu saja, HOOKSpace agar dapat menyebarkan produk yang mereka miliki secara lebih luas maka terdapat fitur yang digunakan untuk membagikan kepada khalayak secara luas, maka terdapat fitur yang dapat meningkatkan partisipasi aktif dari audiens sehingga penyebaran produk jurnalistik yang mereka miliki dapat lebih massif. Fitur penyebaran melalui sosial media yang dimiliki oleh *hookspace.id* ialah *facebook*, *twitter*, *whatsapp* dan *line*. Berdasarkan hal inilah maka karakteristik yang terdapat pada HOOKSpace ialah bersifat interaktif. Bagaimana suatu aktivitas dalam jurnalistik online dapat menghadirkan hubungan yang intens antara audiens kepada awak media HOOKSpace. Terdapat juga kolom komentar yang berguna untuk menjadi wadah dalam menyampaikan nasihat, kritik ataupun masukan kepada mereka.

Komentar yang disampaikan kepada HOOKSpace banyak hadir melalui *twitter*. Cuitan yang hadir salah satunya datang dari pengarsipan konser *#TurBayangan* solois *Hindia*. Respon positif hadir dengan audiens yang mengucapkan terima kasih kepada HOOKSpace karena telah

mengarsipkannya dengan baik. Pada pengarsipan #TurBayangan ini HOOKSpace dinilai memiliki kualitas yang sangat baik dalam proses pengerjannya.



Gambar 4.8 Interaksi HOOKSpace bersama audiens melalui *twitter*



Gambar 4.9 Respon positif dari audiens HOOKSpace

C. Karakteristik Media Online Yang Belum Dilakukan Oleh Warning Magazine dan HOOKSpace

1. Warning Magazine

a. Bersifat *realtime* (*Immediacy*)

Warning Magazine menjalankan kegiatan jurnalistik *online* mereka melalui portal *warningmagz.com*. Portal ini menjadikan aktivitas utama Warning dalam menjalankan kinerja jurnalistiknya setelah mereka mulai meninggalkan produk cetak yang sempat mereka terbitkan sebelumnya. Alasannya karena mereka terkendala oleh sumber daya dan jurnalistik online dapat mengefesiensikan kegiatan mereka dalam bidang jurnalistik.

Karakter *real time* sedikit dikesampingkan oleh Warning dikarenakan permasalahan sumber daya yang mereka miliki tadi. Terbatasnya sumber daya dalam melakukan liputan membuat mereka tidak bisa memaksa setiap anggota untuk melaksanakan peliputan dan melakukan publikasi sesuai dengan masa periode berlakunya karya jurnalistik tersebut. Terlebih posisi mereka sebagai media non-profit membuat kedisiplinan anggota untuk menjalankan berita secara *real time* akan sedikit terhambat.

Terlebih pendapat lain dari Warning kenapa mereka tidak memiliki karakter *real time* karena kesibukan yang dimiliki oleh masing-masing anggota. Terdapat anggota yang masih mahasiswa, anggota yang sudah bekerja di tempat lain, sehingga membuat Warning mewajarkan tiap-tiap anggotanya dalam melakukan produksi jurnalistik secara tidak tepat waktu, namun tetap harus menghasilkan tulisan ataupun artikel setiap bulannya. Meski begitu, Warning menegaskan bahwa tidak adanya target bulanan yang pasti untuk produk jurnalistik yang dipublikasikan, terpenting ialah tetap selalu konsisten ada.

b. Menyertakan Unsur-Unsur Multimedia

Dalam pelaksanaan jurnalistik *online* yang dilakukan oleh Warning, karakteristik *multimedia* tidak dapat mereka laksanakan dengan baik pada *warningmagz.com*. Ditegaskan langsung oleh Tomi selaku *founder* mengakui bahwa divisi desain visual yang mereka miliki belum siap untuk melakukan pengolahan secara infografis ataupun *audiovisual*. Kembali lagi

kepada sumber daya yang dirasa belum cukup mampu untuk melakukan visualisasi tersebut, membuat Warning harus sedikit menunda untuk mencapai pada tahap itu. Namun, untuk menalangi hal tersebut Warning melakukan riset secara mendalam atas tulisan yang mereka produksi. Dengan karakteristik tulisan yang lebih mendalam jika dibandingkan dengan portal musik lainnya, Warning dapat dikatakan lebih unggul untuk masalah riset data yang dilakukan oleh anggotanya.

2. HOOKSpace

a. Bersifat *realtime* (*immediacy*)

Melalui *hookspace.id*, HOOKSpace menjalankan kegiatan jurnalistik onlinenya dengan menghasilkan berbagai macam produk jurnalistik. Tidak terbatas hanya pada tulisan saja, namun HOOKSpace sudah mampu untuk mencapai pada visualisasi data dan pengarsipan melalui portal yang mereka miliki. Namun meski begitu, HOOKSpace mengakui bahwa mereka tidak bisa untuk menyanggupi sebagai media yang memiliki aktualitas yang terjaga.

Masalah *deadline* atau batas waktu penyelesaian tidak diberlakukan oleh HOOKSpace, karena mereka memahami kesibukan masing-masing yang dimiliki oleh masing-masing anggotanya. Terbatasnya anggota juga menjadi salah satu faktor kenapa mereka tidak bisa menerapkan aktualitas yang tinggi dalam produksi jurnalistiknya. Faisal mengungkapkan bahwa memang sulit bagi HOOKSpace untuk memenuhi aktualitas, namun ia menyanggupi untuk bisa menjadi media yang faktualitasnya terjaga. Alasan lain yang disadari oleh Faisal ialah HOOKSpace menerapkan *deadline* sesuai dengan kemampuan anggotanya, terpenting apa yang sudah dikerjakan harus diselesaikan oleh tiap-tiap anggota yang telah diberi tanggungjawab sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap dua subjek penelitian yakni Warning Magazine dan HOOKSpace, dapat ditarik kesimpulan bahwa masing-masing media sudah melaksanakan manajemen redaksional dengan tidak perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan juga pengawasan.

Pada proses perencanaan, Warning Magazine dan HOOKSpace memiliki kesamaan pada pemilihan berita atas target audiens, inisiatif tinggi para anggota dan peningkatan eksistensi musisi *indie*. Selanjutnya ialah pengorganisasian, kesamaan yang dimiliki oleh kedua portal berita ini ialah pembagian pemberitaan dan reporter lalu pembagian manajerial konten. Sebagai sesama media yang memiliki independensi yang tinggi, kedua portal musik Warning Magazine dan HOOKSpace kerap kali melakukan rangkap kerja agar dapat meningkatkan efektifitas kerja di lapangan dapat terus berjalan.

Pada tahapan pelaksanaa kesamaan yang dimiliki ialah tahap reportase dan pengumpulan tulisan atau *deadline*. Warning Magazine dan HOOKSpace sama-sama tidak menerapkan *deadline* kepada anggota yang mereka miliki. Karena sulit sekali untuk menjaga aktualitas yang dimiliki dengan masing-masing kesibukan yang dimiliki oleh anggota. Terakhir ialah pengawasan, komponen kesamaan yang dilakukan kedua portal berita ini ialah pengawasan dan evaluasi. Dalam tahap ini masing-masing portal musik lebih melihat kepada respon yang diberikan audiens yang selanjutnya menjadi masukan guna produksi jurnalistik kedepannya. Lalu juga dilakukannya peningkatan kualitas yang dimiliki agar audiens dapat lebih tertarik untuk menikmati sajian produk jurnalistik yang dimiliki oleh masing-masing portal musik.

Karakteristik media *online* yang terdapat pada portal musik masing-masing yakni Warning Magazine dengan *warningmagz.com* memiliki karakteristik media online *bersifat interaktif dengan menyertakan hyperlink dan membangun hubungan yang partisipatif*. Lalu HOOKSpace dengan *menyertakan unsur-unsur multimedia dan membangun hubungan partisipatif*.

Berdasarkan karakteristik media online yang telah disebutkan diatas dan terdapat pada masing-masing portal musik, satu karakter yang utama namun tidak terdapat disana ialah *bersifat real time*. Karakteristik ini merupakan karakteristik utama dalam menjalankan praktik jurnalisme *online*, sehingga jika tidak adanya karakteristik ini dapat menjadi perdebatan dan permasalahan dalam praktiknya. Namun usaha yang dilakukan untuk mengatasi hal tersebut ialah jika tidak bisa menjadi media yang memiliki aktualitas tinggi, maka harus menjaga faktualitasnya.

Warning Magazine juga masih memiliki kekurangan dalam karakteristik *menyertakan unsur-unsur multimedia* disaat HOOKSpace sudah berhasil menjalankan karakteristik tersebut. Divisi visual artistik yang dimiliki Warning Magazine belum siap untuk melakukan pengolahan infografis ataupun *audiovisual*. Namun Warning mencoba menalangi permasalahan tersebut dengan terus meningkatkan kualitas tulisan yang mereka miliki, salah satunya peningkatan riset yang lebih mendalam.

B. Keterbatasan Penelitian

Penulis sadar bahwa penilitan ini masih banyak sekali kekurangannya, termasuk kurasi subjek dalam skripsi yang mengalami pengurangan seiring perjalanan pengerjaannya. Awal mula penulis menggunakan 3 media dalam penilitannya, namun ternyata terdapat satu media yang sudah tidak aktif lagi dalam menjalankan kegiatan jurnalistiknya yakni Berdaya. Sehingga referensi dalam penilitian yang sudah direncanakan dari awal harus mengalami perubahan.

Faktor pandemi juga menjadi kendala bagi peniliti dalam menjalankan penilitannya. Khusus untuk HOOKSpace, sebelum pandemi peniliti sudah mengadakan janji untuk bertemu dengan pemimpin redaksi dari media tersebut namun terpaksa dibatalkan dikarenakan tepat pada bulan Juli pemimpin redaksi tersebut memutskan untuk mengundurkan diri. Sehingga wawancara terpaksa dilakukan bersama *founder*, namun tetap melakukan wawancara bersama pemimpin redaksi tersebut melalui daring guna data yang lebih mendalam.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan di atas, maka di bawah ini penulis akan memaparkan beberapa saran untuk penilitan selanjutnya, di antaranya adalah:

1. Saran Praktis:

- a. Untuk Warning Magazine agar lebih dapat meningkatkan kualitas konten dalam bidang multimedia.
 - b. Untuk HOOKSpace agar lebih dapat meningkatkan kualitas tulisan yang dimiliki dan kontributor yang dapat berperan aktif dalam meningkatkan kualitas.
 - c. Meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM yang dimiliki.
 - d. Meningkatkan kreatifitas yang dimiliki dalam penyajian tulisan.
 - e. Memperbaiki sistem manajemen redaksional yang lebih baik guna efektifitas dalam praktik jurnalistik.
2. Saran Akademis:
- a. Penilitan selanjutnya dapat melakukan studi komparasi dengan media lainnya sehingga mendapatkan data yang lebih variatif.
 - b. Banyak portal berita lain yang dalam ruang lingkup lebih luas di bidang musik dapat menjadi subjek untuk diteliti manajemen redaksional yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Moleong, Lexy. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa.
- Nakagawa, Shin. (2000). *Musik dan kosmos : sebuah pengantar etnomusikologi*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Handoko, T. Hani. (2003). *Manajemen Edisi II*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Pareno, Sam Abede. (2003). *Manajemen Berita Antara Ideologi dan Realita*. Surabaya: Penerbit Papyrus.
- Suryawati, Indah. (2014). *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Bogor: PenerbitGhalia Indonesia.
- Santana, Septiawan. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Robert Craig, *Online Journalism* (USA: Thomson Wadsworth, 2005), h. 14.
- “Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018”
<https://www.apjii.or.id/survei> (diakses pada 10 Januari 2019)
- “Manajemen Keredaksian” http://stefanusakim.multiply.com/item/19/manajemen_keredaksian
(diakses pada 10 Januari 2019)
- Musik Independent Tapi Bertanggung Jawab
<http://www.indiexyz.com/read/news/20/musik-indie-independent-tapi-bertanggung-jawab> (diakses pada 10 Januari 2019)
- Yuhefizar, Ir. HA. Mooduto, Rahmat Hidayat. (2009). *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Juwairiyah. (2008). “*Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Radar Kudus*”. Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Indardi, Aditya Wahyu. (2015). *Manajemen Redaksional Media Online Surat Kabar Lokal (Studi Perbandingan Situs Online solopos.com dan krjogja.com)*. Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Marshal, Aurelia. 2014. *Identitas Musik dalam Indie Label Studi Kasus Band White Shoes and The Couple Company*. Fakultas Seni Pertunjukan. Institut Seni Indonesia. Yogyakarta
- Naldo. 2012. “*Musik Indie Sebagai Perlawanan Terhadap Industri Musik Mainstream Indonesia*”. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia. Jakarta

- Londah, F.G.E & Astuti, S.I. 2018. *Representasi Jurnalisme Musik Majalah Aktuil dalam Film Dokumenter for the Youngster / Untuk Kaum Muda*. Universitas Islam Bandung. Bandung.
- Husada, H. A. 2015. *Dinamika Pergeseran Spirit Musik Indie*. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Febriani, Ina Salmah. (2010). *Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi Pada Republika Online*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Ikhsan, Reza Dwi. (2016). *Manajemen Redaksional Berita Online Pers Mahasiswa (Studi Komparasi Manajemen Redaksional Pada Media Online Website Lembaga Pers Mahasiswa Balairung UGM, Ekspresi UNY, dan Himmah UII)*. Skripsi Sarjana. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Kartika, Natalia Ira. (2007). *Kajian Huruf dan Tipografi Majalah Indie (Studi Kasus: Majalah Trolley)*. Tesis Magister. Program Studi Desain. Institut Teknologi Bandung. Bandung.

