

**MANAJEMEN MULTIPLATFORM LIPUTAN ISU PEMBANGUNAN  
TOL JOGJA-SOLO DAN JOGJA-BAWEN DI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

**(Analisis Surat Kabar Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan  
Rakyat)**



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Fatikha Silastuti Sujarwa**

**17321142**

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

**2023**

**MANAJEMEN MULTIPLATFORM LIPUTAN ISU PEMBANGUNAN  
TOL JOGJA-SOLO DAN JOGJA-BAWEN DI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

**(Analisis Surat Kabar Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan  
Rakyat)**



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Fatikha Silastuti Sujarwa**

**17321142**

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

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN

**MANAJEMEN MULTIPLATFORM LIPUTAN ISU PEMBANGUNAN TOL  
JOGJA-SOLO DAN JOGJA-BAWEN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
(Analisis Surat Kabar Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat)**



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

Tanggal: 8 Juni 2023  
Dosen Pembimbing Skripsi,

الإسلامية  
الاستاذة  
الاستاذة

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

**NIDN 0523098701**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**MANAJEMEN MULTIPLATFORM LIPUTAN ISU PEMBANGUNAN TOL  
JOGJA-SOLO DAN JOGJA-BAWEN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
(Analisis Surat Kabar Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat)**

Disusun Oleh:

**FATIKHA SILASTUTI SUJARWA**

**17321142**

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

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 8 Juni 2023

Dewan Penguji:

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

NIDN 0523098701

(.....)

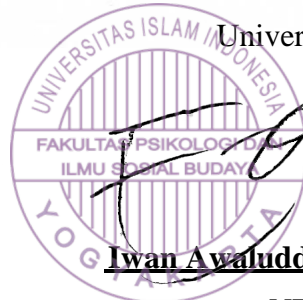
2. Narayana Mahendra Prastya, S.Sos, M.A.

NIDN 0520058402

(.....)

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

Universitas Islam Indonesia



**Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D**

**NIDN 0506038201**

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fatikha Silastuti Sujarwa

Nomor Mahasiswa : 17321142

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 dalam 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 jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 12 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Fatikha Silastuti Sujarwa)

NIM 17321142

## MOTTO

Nikmati setiap detik perjalananmu. Nikmati setiap langkah perjuanganmu.  
Suatu saat kamu akan menyadari begitu indahnyanya nikmat Allah SWT yang Ia berikan kepadamu.

(Fatikha Silastuti Sujarwa)



## PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada  
bapak, ibu, adik, serta kerabat yang selalu memberikan dorongan dan doa.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Manajemen Multiplatform Liputan Isu Pembangunan Tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta (Analisis Surat Kabar Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat). Karya ilmiah ini menjadi pelengkap untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Terselesaikannya tugas akhir ini tidak luput dari pertolongan akan kemudahan dan kelancaran yang diberikan oleh Allah SWT. Selain itu, penulis juga diberi kekuatan serta ketenangan hati. Selama proses menulis, terdapat peran dari beberapa orang yang turut serta membantu untuk memberi bimbingan dan dukungan. Penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak dan Ibu yang tidak pernah berhenti mendoakan serta memberi dukungan untuk anak pertamanya, bersedia sabar dan menunggu penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Adik yang senantiasa menghibur dengan canda tawa, berbagi cerita, terima kasih untuk jajanan *milk tea* dan cimolnya.
3. Keluarga besar (simbah, bulik, om, adik-adik sepupu) yang memberi dukungan serta wejangan supaya penulis cepat menyelesaikan tugas akhir.
4. Ibu Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing skripsi atas bimbingan selama proposal hingga tugas akhir selesai. Terima kasih karena telah memberikan motivasi, memberikan arahan dan penjelasan dengan telaten serta meluangkan waktu sehingga akhirnya penulis menyelesaikan tugas akhir.
5. Dosen dan staf program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama penulis menempuh studi.
6. Harian Jogja sebagai objek penelitian telah mengizinkan dan memudahkan penulis untuk mengumpulkan data yaitu wawancara dengan narasumber terkait.
7. Tribun Jogja sebagai objek penelitian telah mengizinkan dan memudahkan penulis untuk mengumpulkan data yaitu wawancara dengan narasumber terkait.
8. Kedaulatan Rakyat sebagai objek penelitian telah mengizinkan dan memudahkan penulis untuk mengumpulkan data yaitu wawancara dengan narasumber terkait.
9. Teman seperjuangan dan Ilmu Komunikasi UII angkatan 2017 yang telah memberi warna dalam kehidupan kuliah penulis. Terima kasih untuk semua cerita, memori, dan pengalaman yang dilewati bersama. Dari kalian, penulis belajar banyak hal.



10. Diri sendiri karena telah berjuang dan tidak menyerah sampai titik terakhir di tengah gempuran mental, alhasil tugas akhir ini tuntas. *I'm proud of you!*

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan memberi rezeki kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir. Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam karya ilmiah ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dibutuhkan sebagai bahan evaluasi untuk penelitian serupa selanjutnya. Akhir kata, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*



Yogyakarta, 12 Juni 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fa. Silastuti'.

Fatikha Silastuti Sujarwa



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	ii
MOTTO .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
ABSTRAK .....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	5
1. Penelitian Terdahulu .....	5
2. Kerangka Teori .....	8
F. Metode Penelitian .....	15
1. Paradigma Penelitian .....	15
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	16
3. Narasumber Penelitian .....	16
4. Teknik Pengumpulan Data .....	17
5. Teknik Analisis Data .....	17
BAB II .....	19
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	19
A. Profil Harian Jogja .....	19
1. Sejarah Harian Jogja .....	19
2. Semboyan Harian Jogja .....	20
3. Visi dan Misi Perusahaan .....	20
4. Gambaran Konten Harian Jogja .....	21

B. Profil Tribun Jogja.....	27
1. Sejarah Tribun Jogja .....	27
2. Semboyan Tribun Jogja .....	29
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	29
4. Gambaran Konten Tribun Jogja.....	29
C. Profil Kedaulatan Rakyat.....	36
1. Sejarah Kedaulatan Rakyat .....	36
2. Semboyan Kedaulatan Rakyat .....	38
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	38
4. Gambaran Konten Kedaulatan Rakyat.....	38
BAB III.....	45
TEMUAN & PEMBAHASAN PENELITIAN.....	45
A. Temuan .....	45
1. Manajemen Redaksi Multiplatform dalam Isu Pembangunan Tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	45
2. Perspektif Media Lokal dalam Pemberitaan Isu Pembangunan.....	73
B. Pembahasan .....	78
BAB IV.....	125
PENUTUP .....	125
A. Kesimpulan.....	125
B. Keterbatasan Penelitian .....	127
C. Saran .....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	128
LAMPIRAN .....	131



## DAFTAR TABEL

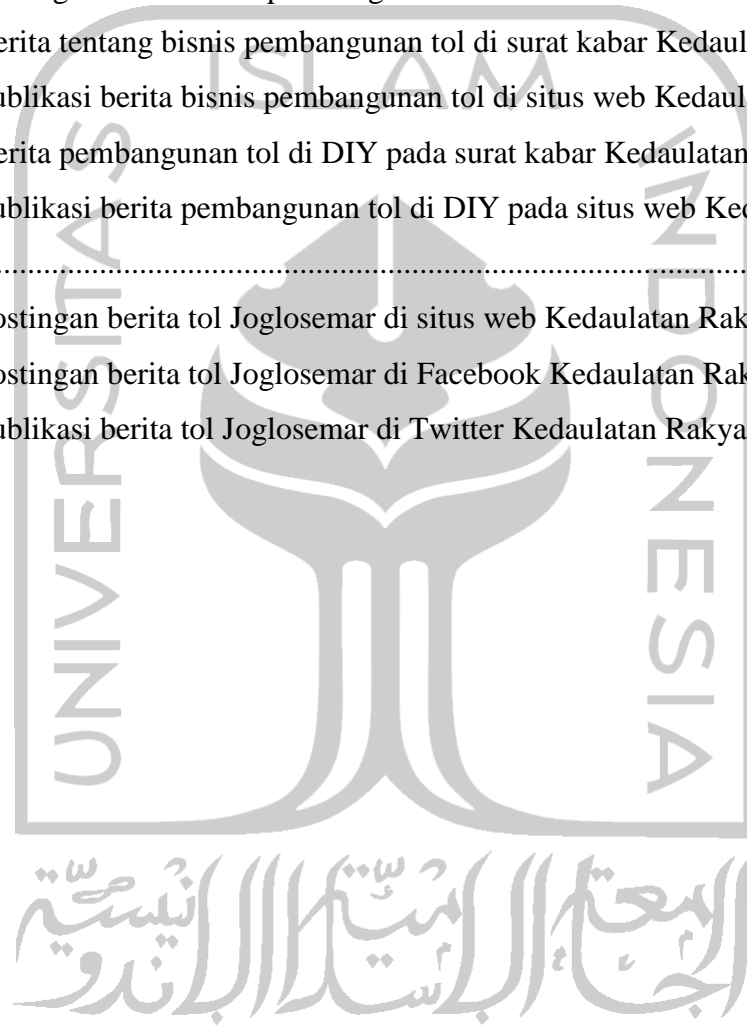
Tabel 1.1 Narasumber Penelitian.....	16
Tabel 3.1 Manajemen Redaksional .....	110



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Website Harian Jogja.....	24
Gambar 2.2 Facebook Harian Jogja .....	24
Gambar 2.3 Twitter Harian Jogja .....	25
Gambar 2.4 Instagram Harian Jogja.....	25
Gambar 2.5 TikTok Harian Jogja.....	26
Gambar 2.6 Youtube Harian Jogja .....	26
Gambar 2.7 Website Tribun Jogja.....	32
Gambar 2.8 Facebook Tribun Jogja .....	33
Gambar 2.9 Twitter Tribun Jogja .....	33
Gambar 2.10 Instagram Tribun Jogja.....	34
Gambar 2.11 TikTok Tribun Jogja.....	35
Gambar 2.12 Youtube Tribun Jogja Official.....	35
Gambar 2.13 Youtube Tribun Jogja TV.....	36
Gambar 2.14 Website Kedaulatan Rakyat.....	41
Gambar 2.15 Facebook Kedaulatan Rakyat .....	42
Gambar 2.16 Twitter Kedaulatan Rakyat .....	42
Gambar 2.17 Instagram Kedaulatan Rakyat.....	43
Gambar 2.18 TikTok Kedaulatan Rakyat.....	43
Gambar 2.19 Youtube Kedaulatan Rakyat.....	44
Gambar 3.1 Berita pembangunan tol di DIY pada surat kabar Harian Jogja.....	85
Gambar 3.2 Publikasi berita tol di DIY pada situs web Harian Jogja.....	86
Gambar 3.3 Postingan berita tol di DIY pada Facebook Harian Jogja.....	87
Gambar 3.4 Postingan berita tol di DIY pada Twitter Harian Jogja .....	87
Gambar 3.5 Berita pembangunan tol menuju YIA di surat kabar Harian Jogja.....	88
Gambar 3.6 Publikasi berita tol menuju YIA di situs web Harian Jogja .....	89
Gambar 3.7 Postingan berita tol menuju YIA di Facebook Harian Jogja .....	90
Gambar 3.8 Postingan berita tol menuju YIA di Twitter Harian Jogja.....	90
Gambar 3.9 Berita pembangunan tol Jogja-Solo di surat kabar Tribun Jogja.....	92
Gambar 3.10 Publikasi berita tol Jogja-Solo di situs web Tribun Jogja.....	93
Gambar 3.11 Kumpulan kata kunci berita di situs web Tribun Jogja .....	94
Gambar 3.12 Contoh barcode scanner pada surat kabar Tribun Jogja .....	94
Gambar 3.13 Berita terdampak pembangunan tol di surat kabar Tribun Jogja.....	96

Gambar 3.14 Publikasi berita terdampak tol di situs web Tribun Jogja.....	97
Gambar 3.15 Postingan berita terdampak tol di Facebook Tribun Jogja .....	97
Gambar 3.16 Berita sekolah terdampak pembangunan tol di surat kabar Tribun Jogja.....	98
Gambar 3.17 Publikasi berita sekolah terdampak tol di situs web Tribun Jogja.....	99
Gambar 3.18 Postingan berita sekolah terdampak tol di Facebook Tribun Jogja .....	99
Gambar 3.19 Postingan berita sekolah terdampak tol di Twitter Tribun Jogja.....	100
Gambar 3.20 Postingan video berita pembangunan tol di Instagram Tribun Jogja .....	100
Gambar 3.21 Postingan video berita pembangunan tol di Youtube Tribun Jogja TV .....	101
Gambar 3.22 Berita tentang bisnis pembangunan tol di surat kabar Kedaulatan Rakyat .	102
Gambar 3.23 Publikasi berita bisnis pembangunan tol di situs web Kedaulatan Rakyat..	103
Gambar 3.24 Berita pembangunan tol di DIY pada surat kabar Kedaulatan Rakyat .....	104
Gambar 3.25 Publikasi berita pembangunan tol di DIY pada situs web Kedaulatan Rakyat.....	105
Gambar 3.26 Postingan berita tol Joglosemar di situs web Kedaulatan Rakyat .....	105
Gambar 3.27 Postingan berita tol Joglosemar di Facebook Kedaulatan Rakyat.....	106
Gambar 3.28 Publikasi berita tol Joglosemar di Twitter Kedaulatan Rakyat .....	106



## ABSTRAK

**Sujarwa, Fatikha Silastuti. (2023). Manajemen Multiplatform Liputan Isu Pembangunan Tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta (Analisis Surat Kabar Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat). (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.**

Pesatnya perkembangan teknologi digital menyebabkan industri media massa berubah mengikuti permintaan masyarakat tidak terkecuali industri surat kabar. Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat merupakan surat kabar asal Yogyakarta memperluas platform untuk mendistribusikan informasi. Berbagai platform yang digunakan adalah surat kabar, situs web, dan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan TikTok. Pembangunan infrastruktur sedang gencar dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta salah satunya pembangunan tol. Sebagai media lokal, Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat mempunyai fungsi informasi dengan memberitakan isu tersebut kepada khalayak ramai sebagai upaya pemenuhan kebutuhan informasi publik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan jurnalisme multiplatform dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat sekaligus perspektif media lokal dalam pemberitaan isu pembangunan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Narasumber penelitian dipilih secara *purposive sampling* yaitu metode pengambilan data yang dilakukan peneliti dengan memilih subjek penelitian yang memiliki kriteria tertentu.

Hasil penelitian menemukan bahwa manajemen redaksional yang diterapkan Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat untuk mendistribusikan informasi menggunakan prinsip POAC tidak jauh berbeda antara platform cetak dan platform online. Reporter di ketiga media tersebut bekerja secara *multitasking* yaitu mencari informasi, menulis berita, memotret, merekam video, dan melaporkan secara langsung (*live report*) dalam sekali waktu liputan. Adanya penyeragaman konten di berbagai platform. Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat memberlakukan konvergensi *newsroom*, konvergensi *newsgathering*, dan konvergensi konten. Media lokal memiliki perspektif masing-masing dalam melihat isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Harian Jogja sepakat dan memiliki perspektif positif tentang pembangunan tol sebagai sarana mobilitas manusia dan memperlancar logistik. Tribun Jogja mengemas berita dari sisi kemanusiaan (*human interest*). Kedaulatan Rakyat memosisikan diri melayani pembaca. Liputan berita tol Jogja-Solo lebih intens dibandingkan tol Jogja-Bawen. Perusahaan media massa tidak hanya mengandalkan keuntungan dari menjual koran cetak saja tetapi juga dari sektor lain. Perusahaan media massa membentangkan sayapnya ke arah bisnis media. Tribun Jogja memiliki usaha *event organizer*. Salah satu usaha Kedaulatan Rakyat di samping media massa adalah bisnis properti. Dikarenakan arus informasi sangat cepat dan beragam di internet, masyarakat memilih opsi yang lebih mudah yaitu mengakses melalui gawai mengakibatkan surat kabar berkurang pembacanya dan oplah menurun drastis. Oleh karena itu, di masa mendatang surat kabar akan dicetak *on demand* atau berdasarkan permintaan.

**Kata kunci:** multiplatform, manajemen redaksi, media lokal, pembangunan infrastruktur

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Setiap hari manusia membutuhkan informasi mengenai peristiwa yang baru saja terjadi. Kebutuhan akan informasi tersebut didapat dari mulut ke mulut atau bahkan media massa. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, masyarakat perlu informasi yang disajikan dengan lebih modern. Media massa berkompetisi untuk menunjukkan kualitasnya baik dari isi berita maupun visual. Informasi yang disajikan di media massa diharapkan dapat menjadi perubahan dalam masyarakat ke arah yang lebih maju.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke khalayak (Cangara, 2016:137). Melalui media, komunikator menuangkan imajinasi, ide-ide bahkan dapat mempengaruhi orang. Media massa dipilih sebagai media untuk menyebarkan informasi karena jangkauannya besar dan luas tanpa mengetahui di mana khalayak berada. Pengertian media massa menurut Cangara (2016:140) yaitu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Ada dua jenis media massa yang dikenal oleh masyarakat sebelum internet muncul, yaitu media cetak dan media elektronik. Internet ada disebabkan oleh kemajuan teknologi pada tahun 1969. Beragam informasi disajikan dan dapat dinikmati melalui internet yang kemudian oleh pakar komunikasi digolongkan sebagai *new media*. Munculnya media baru inilah menjadi alternatif masyarakat untuk pemenuhan kebutuhan akan informasi selain media cetak dan media elektronik. Internet sebagai media online digemari masyarakat karena persebaran informasi yang begitu cepat. Hal tersebut menyebabkan internet menjadi kebutuhan sehari-hari bahkan sesuatu yang primer bagi banyak orang.

Dengan mengetik *keyword* di kolom *search engine* masyarakat dapat mengetahui informasi bahkan peristiwa hangat di seluruh dunia. Batas ruang dan waktu menjadi transparan, informasi dikonsumsi sangat cepat. Orang-orang yang dulunya harus menunggu pagi-pagi untuk membeli atau mendapatkan surat kabar kini hanya dalam sekian detik memperoleh informasi karena berita berlalu-lalang di internet.

Hampir seluruh orang dapat mengakses internet melalui gadget. Gaya hidup yang mengharuskan masyarakat bekerja secara online mengikuti kemajuan teknologi merubah cara orang mengonsumsi media. Mereka yang dulunya dapat menonton televisi atau



membaca surat kabar sebelum mulai aktivitas kini dikejar waktu, lebih memilih membaca berita di gadget karena lebih mudah dan variatif.

Berkembangnya dunia teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan baru di industri media massa. Salah satunya dengan konvergensi media. Contoh paling menonjol adalah media cetak berintegrasi dengan media online dalam penyampaian pesan. Ketika ada suatu peristiwa, jurnalis menulis berita yang disampaikan secara singkat melalui platform online. Kemudian di-*update* secara berkala atau dibahas mendalam di media cetak.

Kemajuan teknologi digital dan konvergensi media diharapkan bukan hanya suatu tren di industri media. Integrasi antara media cetak dan elektronik dengan media online memungkinkan mencakup jangkauan yang lebih luas seperti khalayak, interaksi maupun jaringan. Konvergensi media memunculkan strategi multimedia, *multichannel*, dan multiplatform.

Media multiplatform terbentuk karena konsekuensi meningkatnya jumlah pengguna internet. Jurnalis yang tadinya hanya fokus di satu bidang, misalnya media cetak kini dituntut untuk dapat menguasai jurnalisme multiplatform. Beberapa perusahaan media meleburkan diri menjadi satu atau sebaliknya. Satu perusahaan mendirikan beberapa media dengan berbagai jenis platform untuk memenuhi kebutuhan informasi publik (Sambo dan Yusuf, 2017).

Jurnalisme multiplatform menuntut para jurnalis untuk menulis berita tidak hanya untuk satu platform saja melainkan dapat menulis yang nantinya digunakan dalam surat kabar, situs web, radio bahkan televisi. Mereka harus mempunyai kemampuan yang komplit seperti menulis, fotografi, editing, dan lain-lain dalam ranah jurnalistik. Kemampuan tersebut dikenal dengan istilah *multitasking*.

Industri media terutama surat kabar harus melakukan perubahan apabila ingin eksistensinya terjaga. Terlihat dari banyaknya generasi muda saat ini jarang yang masih membaca koran, lebih senang berselancar di internet dan mendapat informasi dari suatu situs. Perusahaan surat kabar berlomba-lomba menerapkan multiplatform dengan merilis versi web dan mengembangkan media sosial. Berita yang tersedia di media online lebih *up to date* dibandingkan versi cetak.

Jenis pemberitaan surat kabar lokal bermacam-macam. Ada yang meliput tentang kebudayaan, ekonomi, politik, hiburan, pariwisata, pendidikan, kesehatan, bahkan pembangunan infrastruktur. Pembangunan infrastruktur merupakan salah satu upaya untuk memajukan suatu daerah. Selain dapat menciptakan lapangan kerja bagi warga

sekitar, pembangunan infrastruktur membantu pemerataan ekonomi. Pengiriman barang masuk maupun ke luar dapat meningkatkan aktivitas ekonomi daerah apabila akses dibuka. Berbagai produk dari hasil pertanian, perkebunan, dan produksi dapat dipasarkan secara luas. Infrastruktur yang berhasil membantu tercapainya pemerataan pembangunan sehingga daerah dapat menghidupi wilayahnya sendiri (dilansir dari [dbs.com](#)). Di bidang komunikasi, pembangunan infrastruktur memiliki manfaat terhadap akses internet. Masyarakat dapat menikmati persamaan kecepatan internet dengan daerah yang sudah maju terlebih dahulu.

Pembangunan infrastruktur yang dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah pembangunan jalan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen dengan tujuan mempersingkat waktu tempuh kendaraan dan menjadi penghubung trans Jawa jalur selatan. Selain itu, tol tersebut bertujuan mendukung pengembangan kawasan Joglosemar (Jogja-Solo-Semarang). Pembangunan tersebut menimbulkan pro dan kontra di masyarakat. Tetapi dengan persetujuan Sri Sultan Hamengkubuwono X, pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen tetap dijalankan asal tidak mengganggu perekonomian masyarakat. Masyarakat terdampak akan mendukung asalkan mendapat ganti yang setimpal. Rencana pembangunan dimulai pada tahun 2021 tetapi perencanaan jalur dan pembebasan lahan harus rampung tahun 2020. Jalan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen didesain *elevated* (melayang) dan *at grade* (di atas tanah). Sumbu imajiner antara Kraton-Merapi juga diperhatikan demi keestetikan dan keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Surat kabar lokal memiliki keunikan tersendiri karena kelokalannya serta menjadi kebanggaan daerah. Persaingan surat kabar lokal bukan pada lingkup media nasional tetapi sesama surat kabar lokal di daerah tersebut. Persoalannya tinggal bagaimana surat kabar mengemas, menyajikan, dan menciptakan berita atau informasi agar mudah diakses. Surat kabar lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta yang eksis antara lain Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat.

Harian Jogja merupakan anak penerbitan Bisnis Indonesia Group. Surat kabar tersebut pertama kali terbit pada tahun 2008 mengusung slogan ‘Berbudaya, Membangun Kemandirian’. Selain platform cetak, Harian Jogja tersedia di situs web [harianjogja.com](http://harianjogja.com), *e-paper* di [epaper.harianjogja.com](http://epaper.harianjogja.com), dan media sosial.

Tribun Jogja merupakan surat kabar daerah dari grup Kompas Gramedia. Surat kabar tersebut terbit pertama kali tahun 2011. Platform yang digunakan selain koran konvensional (kertas) adalah koran digital (*e-paper*), situs web [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com), dan media sosial.

Kedaulatan Rakyat atau disingkat KR merupakan surat kabar tertua di Daerah Istimewa Yogyakarta yang terbit sejak 27 September 1945 dan memiliki semboyan ‘Suara Hati Nurani Rakyat’. Surat kabar tersebut sangat terkenal di kalangan warga DIY terutama penduduk asli. Perkembangan KR signifikan terhadap kemajuan Daerah Istimewa Yogyakarta. KR menerapkan multiplatform yaitu media cetak dan media daring di antaranya situs web [krjogja.com](http://krjogja.com), koran digital [epaper.krjogja.com](http://epaper.krjogja.com), media sosial, serta KR Radio.

Peneliti memilih tiga surat kabar tersebut karena dianggap populer di mata masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti mempunyai pertanyaan bagaimana manajemen multiplatform di era konvergensi media pada industri surat kabar tersebut. Karakteristik penyajian berita oleh masing-masing surat kabar juga memiliki keunikan tersendiri.

Selain surat kabar konvensional dan situs web, masing-masing surat kabar memiliki akun media sosial. Media sosial memiliki pengaruh besar pada masa kini. Netizen mencari dan mendapatkan informasi dengan mudah di media sosial. Media sosial menjadi penghubung antara pembaca dan perusahaan media sehingga menciptakan komunikasi dua arah. Bahasa yang digunakan lebih ringan jika dibandingkan dengan surat kabar dan situs web. Media sosial yang digunakan antara lain Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube.

Transformasi menuju multiplatform menjadi keharusan apabila media massa ingin tetap bertahan di era digital ini. Inovasi yang menarik dan terbaru dibutuhkan agar mampu bersaing dalam penerapannya. Latar belakang yang diuraikan oleh peneliti menjadi acuan untuk penelitian tentang manajemen multiplatform dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menguraikan bagaimana manajemen multiplatform dilakukan oleh surat kabar lokal Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat dalam meliput isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang ditanyakan oleh peneliti berdasarkan uraian latar belakang di atas adalah bagaimana manajemen redaksi multiplatform liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada surat kabar lokal Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan adalah untuk mengetahui manajemen multiplatform liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada surat kabar lokal Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

- a. Menambah pengetahuan dan informasi tentang manajemen multiplatform pada industri media surat kabar lokal.
- b. Menjadi referensi dalam penelitian terutama di bidang ilmu komunikasi dan dapat dijadikan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dengan topik serupa yaitu manajemen multiplatform dalam liputan isu pembangunan infrastruktur pada industri media massa lokal.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan media surat kabar terkait yang menjalankan manajemen multiplatform dalam liputan pembangunan infrastruktur di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Penelitian ini menjawab pertanyaan dan menambah wawasan peneliti tentang manajemen multiplatform dan mengetahui bagaimana para jurnalis melakukan kegiatan jurnalistik untuk berbagai platform tentang pemberitaan isu pembangunan di media lokal.
- c. Memberi pengetahuan kepada masyarakat bagaimana surat kabar lokal menerapkan manajemen multiplatform di berbagai platform yang mereka miliki.

### **E. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Penelitian Terdahulu**

Peneliti melakukan penelusuran tinjauan pustaka terhadap penelitian serupa mengenai manajemen multiplatform liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tinjauan pustaka pertama adalah penelitian yang berjudul Mengurai Keberpihakan Media pada Mega Proyek Pembangunan Jalan Tol Semarang-Solo (Analisa Isi Media Suara Merdeka) oleh Amelia Citra Bahri tahun 2010. Topik yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah sikap pemberitaan media Suara Merdeka terhadap mega proyek pembangunan jalan

tol Semarang-Solo. Teori yang digunakan yaitu *agenda setting*. Metode dalam skripsi tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisa isi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan pada surat kabar Suara Merdeka tentang pembangunan mega proyek jalan tol Semarang-Solo bulan Juni-November 2010. Sedangkan, teknik *sampling* dalam penelitian tersebut adalah *total sampling*. Untuk mendapat hasil penelitian yang akurat, peneliti menggunakan metode *intercoder reliability* supaya tingkat reliabilitas data dalam temuan sikap media Suara Merdeka mendekati objektivitas tertentu. Hasil penelitian diperoleh bahwa isi pemberitaan surat kabar Suara Merdeka tentang mega proyek pembangunan jalan tol Semarang-Solo berpihak pada kepentingan masyarakat. Mayoritas menampilkan informasi mengenai masalah-masalah yang dialami masyarakat seperti kurang jelasnya pemerintah dalam menangani penggantian tanah proyek dan rusaknya fasilitas setempat.

Tinjauan pustaka yang kedua adalah penelitian milik Kamil Alfi Arifin dan Umar Basuki yang berjudul Media dan NYIA: (Analisis Wacana Kritis Pembangunan Bandara Baru *New Yogyakarta International Airport* dalam Pemberitaan Media Lokal di Yogyakarta) tahun 2018. Topik yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah bagaimana wacana mengenai pembangunan bandara baru NYIA dalam media lokal di Yogyakarta pada portal web [krjogja.com](http://krjogja.com). Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan adalah analisis wacana kritis dengan paradigma kritis. Model analisis menggunakan model yang diformulasikan oleh Sara Mills yaitu fokus pada posisi dari berbagai aktor sosial dan bagaimana gagasan atau peristiwa tertentu ditempatkan dalam teks berita. Pengumpulan data dilakukan secara mendalam pada portal web [krjogja.com](http://krjogja.com). Hasil penelitian menunjukkan bahwa [krjogja.com](http://krjogja.com) memproduksi wacana dukungan terhadap pembangunan NYIA dengan cara memposisikan narasumber yang pro-NYIA sebagai subjek pemberitaan. Portal berita [krjogja.com](http://krjogja.com) menggunakan strategi wacana tertentu, seperti nasionalisme dan pengorbanan untuk negara. Selain itu, menyerahnya Wahana Tri Tunggal (WTT) yaitu paguyuban warga terdampak di Kulonprogo yang sebelumnya sempat menolak pembangunan tetapi berubah haluan menjadi mendukung juga disorot.

Tinjauan pustaka ketiga adalah jurnal yang berjudul Konstruksi Media Lokal terhadap Pemberitaan Pembangunan Bandara di Kecamatan Temon Kabupaten Kulonprogo oleh Zaka Putra Ramdani tahun 2014. Topik yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah bagaimana Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja

mengonstruksi kontroversi mengenai wacana pembangunan bandara baru NYIA antara WTT (Wahana Tri Tunggal) dan pemerintah daerah setempat. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk menjelaskan konstruksi media massa dalam wacana pembangunan bandara baru di Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja. Unit analisisnya ada empat, yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian mendalam pada surat kabar Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja. Hasil penelitian menemukan kedua media lokal tersebut ada perbedaan *framing* dalam menanggapi isu pembangunan bandara baru. Kedaulatan Rakyat membangun *framing* bahwa pembangunan bandara akan memberi manfaat bagi masyarakat Temon, Kulonprogo. Sebaliknya, Harian Jogja mengonstruksikan wacana tersebut akan merugikan masyarakat.

Tinjauan pustaka keempat adalah penelitian milik Khadziq yang berjudul Konvergensi Media Surat Kabar Lokal (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal) tahun 2016. Topik yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah konvergensi yang dilakukan oleh Tribun Jogja dan pengaruhnya terhadap ekonomi politik media. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi langsung, dan pemanfaatan dokumen tertulis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi 3M (*multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*) yang digunakan Tribun Jogja menjadi salah satu strategi untuk menerapkan *full convergence*. Dengan menyatukan ruang redaksi (*newsroom*) cetak dan online, media sudah dapat dinyatakan berkonvergensi. Pengaruh ekonomi politik media terhadap konvergensi yaitu penyeragaman konten di semua platform Tribun akan mendapatkan keuntungan dari pengiklan. Penyediaan berita secara *realtime* dapat menekan biaya tenaga kerja, administratif, dan material.

Tinjauan pustaka kelima adalah penelitian tugas akhir yang berjudul Konvergensi Media LPPL dalam Upaya Penyampaian Informasi Daerah (Manajemen Redaksi LPPL Selaparang Televisi sebagai Media Informasi Daerah dalam Program Jendela Selaparang di Era Digital) oleh Bilqis Hasna Tsuraya tahun 2019. Topik yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah manajemen redaksi LPPL (lembaga penyiaran publik lokal) Selaparang Televisi dalam program berita Jendela Selaparang sebagai media informasi daerah. Penyaluran berita menggunakan dua jenis platform yaitu televisi dan media online (Youtube, Facebook, dan situs web). Penelitian tersebut



sekaligus membahas faktor pendorong dan penghambat manajemen redaksi Selaparang Televisi dalam program berita Jendela Selaparang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan narasumber menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa perbedaan dalam penerapan fungsi POAC (*planning, organizing, actuating, controlling*) pada manajemen redaksi Selaparang Televisi dalam program berita Jendela Selaparang di platform televisi dan online. Perbedaan terlihat pada tahap pelaksanaan. Staf pemberitaan bekerja sebagai reporter sekaligus admin media online. Bidang teknis selaku tim dokumentasi bertugas memublikasikan berita di media online. Faktor penghambat Selaparang Televisi adalah sumber daya manusia yang terbatas serta kurangnya perangkat pendukung untuk proses produksi dan distribusi program berita Jendela Selaparang.

## 2. Kerangka Teori

### a. Jurnalisme Multiplatform

Jurnalisme diambil dari kata bahasa Inggris yaitu *journalist* yang artinya wartawan. Menurut KBBI, jurnalisme adalah pekerjaan mengumpulkan dan menulis berita di media massa cetak atau elektronik; kewartawanan. Awalnya proses pencarian berita hanya ada di media surat kabar. Seiring perkembangan teknologi, muncul radio. Jurnalis tidak hanya menulis untuk surat kabar tetapi juga menyiarkan berita di radio. Di Indonesia, pertumbuhan radio dan televisi tidak berselang lama bahkan pada waktu yang hampir bersamaan.

Perkembangan teknologi komputer memicu lahirnya *new media* atau media baru yang disebut dengan internet pada tahun 1972. Internet dibuka untuk komersial tahun 1991 disusul pengembangan *world wide web (www)* dan *homepage*. Dari jurnalisme tradisional yang berbasis media cetak, dengan kehadiran internet maka berkembanglah jurnalisme online.

Laman [republika.co.id](http://republika.co.id) merupakan situs media online pertama di Indonesia milik Harian Republika yang dibuat pada tahun 1995. Majalah Tempo mengeluarkan edisi onlinenya di [tempointeraktif.com](http://tempointeraktif.com) di tahun yang sama. Tiga tahun setelahnya Harian Kompas merilis versi web di [kompas.com](http://kompas.com). Ketika itu media-media tersebut hanya memindahkan berita dari versi cetak ke versi online (Sambo dan Yusuf, 2017). Tidak hanya media cetak, media televisi dan radio pun



melakukan hal yang sama. Radio dapat didengarkan secara *streaming* dan *real time* dimana pun kita berada.

Media di Indonesia mengembangkan konsep konvergensi sebagai upaya mengikuti perkembangan zaman. Konvergensi media mencakup multimedia, *multichannel*, dan multiplatform. Multiplatform yaitu bentuk penyampaian berita kepada khalayak tidak hanya melalui satu media tetapi melalui beberapa media misalnya surat kabar, televisi, radio bahkan internet. Multiplatform meliputi teks atau tulisan, video, gambar, animasi serta infografis yang dicetak maupun diunggah ke berbagai platform media (Bardoel dan Deuze dalam Sambo dan Yusuf, 2017:89). Pengembangan multiplatform dipicu oleh maraknya penggunaan internet terutama *smartphone*. Jurnalisme multiplatform menuntut para jurnalis untuk *multitasking* karena berita dalam suatu peristiwa harus disiarkan di televisi, radio, surat kabar, serta ditulis *real time* secara online. Jurnalis wajib memiliki keterampilan menghasilkan produk video dan foto.

Karakteristik jurnalisme multiplatform dikutip dari buku Pengantar Jurnalisme Multiplatform oleh Sambo dan Yusuf (2017) adalah sebagai berikut:

- 1) Jurnalis mampu meliput, memotret, menulis, melaporkan secara *live*, merekam suara, dan merekam gambar dalam sekali waktu liputan untuk disajikan di platform yang berbeda
- 2) Jurnalis memiliki keterampilan untuk menghasilkan produk berupa video, foto, sekaligus online
- 3) Jurnalisme multiplatform identik dengan istilah konvergensi, antar platform, dan *cross ownership*
- 4) Penyeragaman konten di seluruh media dalam satu grup perusahaan
- 5) Redaksi mengontrol kinerja karyawan melalui satu pimpinan media
- 6) Kepemilikan terpusat pada satu orang atau satu perusahaan media.

Perusahaan media multiplatform adalah perusahaan media yang melakukan usahanya dalam lingkup platform tradisional maupun gabungan dengan platform media baru (Albaran dalam Rusadi, 2012:112). Industri media di dalamnya terdapat ruang redaksi (*newsroom*) untuk penentuan pemberitaan yang akan disuguhkan kepada publik. Ruang redaksi sangat penting bagi kesuksesan kegiatan jurnalistik. Dalam ruang redaksi antar divisi, kelompok maupun perorangan saling berkaitan.

Dalam menjalankan multiplatform perlu manajemen redaksional yang baik. Manajemen redaksional menurut Sam Abede Pareno dalam penelitian Anggrini

(2018) adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen melalui tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam mengelola materi pemberitaan yang dilakukan oleh bidang redaksi mencakup proses peliputan, penulisan, hingga penyuntingan. Bidang redaksi disibukkan oleh rapat redaksi yang bertujuan untuk merencanakan, melaksanakan, dan menghasilkan informasi yang akan diberitakan.

Manajemen redaksi umumnya terdiri dari pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, editor, dan reporter. Manajemen redaksi menerapkan prinsip POAC yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* dalam pengelolaan media dan materi pemberitaan. Apabila salah satu prinsip dihilangkan, manajemen tidak akan berjalan sesuai fungsinya. Prinsip POAC dalam manajemen redaksional diuraikan sebagai berikut:

1) Perencanaan (*planning*)

Perencanaan sebagai akar dalam suatu organisasi media dan menjadi pedoman untuk melaksanakan kegiatan ke depannya. Pemilik media pasti sudah merencanakan secara matang strategi apa yang akan digunakan supaya tujuan organisasi tercapai. Perencanaan dalam manajemen media terkait dengan apa yang harus dilakukan di masa mendatang, bagaimana hal tersebut dilakukan, siapa yang melakukan, dan kapan harus dilakukan di masa mendatang (Junaedi dalam Putra, 2018). Fungsi perencanaan berhubungan dengan tujuan organisasi dan visi-misi organisasi. Aktivitas redaksi pada tahap perencanaan dalam manajemen redaksional surat kabar antara lain setoran isu berita antar anggota redaksi, menentukan materi berita yang akan diliput, penentuan berita utama (*headline*), dan keputusan redaksi untuk liputan berita.

2) Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian dalam manajemen diartikan sebagai kegiatan penyusunan struktur organisasi dan sumber daya manusia dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Dalam perusahaan media, pembagian kerja diatur secara struktural berdasarkan divisi atau departemen yang dikelompokkan menurut jenis atau bentuk pekerjaan (Junaedi dalam Putra, 2018). Pengorganisasian penting dilakukan untuk mengetahui batasan-batasan dari masing-masing individu maupun kelompok dalam suatu organisasi media. Manajemen media akan berjalan sesuai rencana apabila pengorganisasian diatur

secara detail dan operasional. Divisi dalam organisasi media disesuaikan dengan tujuan media, kebutuhan media, dan sumber daya yang tersedia.

Pembagian kerja dilakukan setelah individu ditetapkan pada divisi. Pembagian kerja mencakup rincian tugas masing-masing individu. Supaya lebih mudah dipahami, dibuatlah deskripsi pekerjaan (*job description*) yang berisi uraian kerja yang harus dilakukan. Pemimpin redaksi mengarahkan jalannya proses redaksi dibantu oleh redaktur pelaksana untuk penempatan individu-individu yang terlibat langsung pada unit kerja redaksional.

### 3) Pelaksanaan (*actuating*)

Pelaksanaan sebagai tindakan dari prinsip perencanaan dan pengorganisasian. Pelaksanaan mencakup bagaimana atasan memberi pengarahan kepada masing-masing anggota redaksi untuk melaksanakan kewajiban sesuai deskripsi pekerjaannya. Tidak hanya pengarahan, dorongan motivasi perlu disampaikan kepada individu supaya melakukan pekerjaan dengan baik.

Tahap pelaksanaan dalam manajemen redaksional surat kabar diterapkan pada proses produksi berita mencakup peliputan, penulisan, penyuntingan hingga publikasi berita. Tahap pelaksanaan merupakan tahap paling penting karena dari proses tersebut berita akan disuguhkan kepada pembaca. Redaksi berpikir keras bagaimana suatu informasi atau berita dapat didistribusikan dengan baik dan sesuai target.

### 4) Pengawasan (*controlling*)

Prinsip pengawasan merupakan prinsip terakhir sebagai tahap evaluasi kinerja individu dalam organisasi. Menurut Junaedi dalam Putra (2018) pengawasan dilakukan tidak hanya di akhir proses manajemen tetapi juga dilakukan pada setiap tahap perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan. Pada tahap ini, penghargaan (*reward*) diberikan kepada individu berprestasi karena telah mencapai bahkan melampaui indikator pekerjaan. Sebaliknya, individu yang melakukan pelanggaran atau tidak berhasil mencapai indikator pekerjaan akan diberi hukuman (*punishment*). Jadi, tahap pengawasan atau evaluasi adalah proses mengawasi dan membimbing bawahan yang dilakukan oleh pimpinan untuk menghindari suatu kesalahan dalam melaksanakan pekerjaan dan supaya tidak terjadi penyimpangan. Dengan adanya fungsi pengawasan, kualitas penyajian informasi akan terjaga.

Dalam *newsroom*, fungsi pengawasan dilakukan antara lain dengan *screening* berita apakah berita sudah sesuai dengan apa yang direncanakan dan selalu mengingatkan para jurnalis untuk tetap berada di jalan lurus yaitu berpegang teguh pada kode etik jurnalistik.

Pembahasan dalam ruang redaksi cukup luas. Wartawan belajar banyak apabila ada kasus besar. Pentingnya menganalisis mengapa suatu kasus atau peristiwa dapat dikatakan besar, kemudian mengapa kasus atau peristiwa tersebut layak diberi ruang pada *headline* (berita utama). Bukan hanya sebatas mempunyai banyak stok berita sehingga semua rubrik terisi. Selain itu, rapat redaksi membahas berita-berita yang harus dibuang meskipun menarik. Penilaian harus objektif karena melibatkan semua jajaran redaksi tanpa mengutamakan kepentingan pribadi, kelompok maupun industri media. Berita pengisi halaman utama disaring melalui proses keputusan bersama dengan jajaran redaksi. Adanya beragam produk yang dihasilkan seperti video, foto bahkan infografis memudahkan redaksi untuk mengontrol kinerja wartawan melalui satu pimpinan media. Wartawan dapat menghasilkan berita berbobot, peliputan yang berimbang, dan reporter akan menjadi spesialis (Sambo dan Yusuf, 2017:85-90).

Perkembangan teknologi memudahkan para wartawan berkomunikasi dengan redaksi. Proses koordinasi yang awalnya hanya bisa menggunakan telepon pulsa dan SMS sekarang semakin irit karena adanya aplikasi chat via internet seperti Whatsapp, LINE, Telegram, dan lain-lain. Koredaksian bisa dilakukan dengan *room chat* tanpa harus bertemu langsung. Apalagi saat situasi pandemi yang membatasi orang keluar rumah, adanya kontak fisik, dan pertemuan di suatu tempat yang melibatkan massa cukup banyak.

Faktor kecepatan menjadi ukuran yang sangat penting di era teknologi baik itu proses liputan maupun pengiriman bahan berita. Ketika jurnalis bekerja di satu platform saja mereka memiliki batas akhir atau *deadline* kapan harus menyeter berita untuk diolah dan diproduksi. Situasi berbeda dengan bergabungnya media online. Para jurnalis dituntut untuk menulis berita cetak maupun online yang tidak memiliki *deadline* pengiriman berita. Ketika hanya satu platform saja, apabila memenuhi target kolom yang disediakan maka otomatis pekerjaan selesai. Dalam ruang redaksi (*newsroom*) tidak hanya jurnalis saja yang dituntut untuk *multitasking* tetapi juga redaktur karena mereka yang mengolah berita sedemikian rupa supaya menjadi output media yang lebih baik. Kompetensi jurnalisisme multiplatform diukur

dari kompetensi lunak (*soft competence*) jurnalis itu sendiri seperti sikap kerja cepat, *multitasking*, dan perspektif serta pola jurnalis sebagai bagian dari jejaring sosial (Rusadi, 2012).

Teknologi digital digunakan oleh pengelola media konvensional untuk menjangkau pelanggan, membuat hubungan antara pengelola media dan masyarakat dari pasif menjadi interaktif (Kristanto, 2019). Adanya pergeseran masyarakat dalam mengonsumsi media menjadikan mereka tidak hanya sebagai penerima informasi tetapi juga memproduksi. Masyarakat dapat membuat informasi dalam bentuk konten melalui platform digital. Multiplatform bisa menjadi alternatif berkembangnya jurnalisisme di masyarakat. Meskipun informasi banyak tersebar di media sosial, masyarakat masih mempercayakan media massa sebagai penyedia berita yang akurat.

Ruang redaksi (*newsroom*) tidak dapat bekerja sendiri dan merasa mengetahui segalanya apabila ingin bertahan. Media konvensional harus berkolaborasi antara jurnalisisme yang memegang prinsip independensi dan bidang bisnis. Berawal dari *newsroom*, berkembang menjadi *newsbrand* kemudian berkembang lagi menjadi *newscommunity* dan *newscommerce*, berujung menjadi *newscollaboration* dan *newscorporations* (Kristanto, 2019).

b. Media lokal dalam konteks pemberitaan isu pembangunan

Media sejatinya mengulik fakta dalam isu pembangunan terutama pembangunan infrastruktur yang terus-menerus dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Namun, dibalik wacana pembangunan pasti ada pro dan kontra serta sisi gelap yang lepas dari jangkauan media. Alasannya, reputasi *brand* bahkan anggapan publik terhadap pemerintah. Pemerintah daerah gencar melakukan pembangunan infrastruktur sebagai upaya memajukan daerah masing-masing.

Begitu pula di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sekitar enam tahun terakhir, provinsi yang dijuluki kota gudeg ini digemparkan oleh pembangunan megaprojek bandara NYIA (*New Yogyakarta International Airport*). Dibangun dengan alasan bandara Adi Sutjipto sudah tidak cukup untuk menampung pesawat-pesawat yang hilir mudik masuk Yogyakarta. Area sudah dipenuhi oleh pemukiman sehingga tidak memungkinkan adanya pelebaran landasan.

Arifin dalam tulisannya yang berjudul ‘Bagaimanakah Media Lokal Memberitakan Pembangunan NYIA?’ di laman [remotivi.or.id](http://remotivi.or.id) (2018)

mengungkapkan bahwa dirinya melakukan pengamatan pada portal berita [krjogja.com](http://krjogja.com) mengenai pembangunan bandara NYIA. Kedaulatan Rakyat mendukung adanya pembangunan tersebut tanpa menggali lebih dalam dampak yang ditimbulkan seperti kerusakan lingkungan dan perampasan ruang hidup. Sekalipun ada, jumlahnya tidak sebanding dengan berita yang cenderung memberi dukungan. Berita-berita yang disuguhkan mewacanakan warga terdampak harus rela mengorbankan rumah dan tanah mereka dengan alasan nasionalisme. Kedaulatan Rakyat juga mengedepankan informasi dari berbagai narasumber yang mendukung sebagai subjek utama. Industri media tersebut memberitakan aspek positif dari rencana pembangunan NYIA.

Gaya dan karakter dalam penyajian berita setiap industri media berbeda-beda. Tergantung bagaimana jurnalis melihat fakta di lapangan dan meletakkan narasumber sebagai informan. Media dalam pemberitaan isu pembangunan meletakkan realitas yang dibangun berdasarkan kepentingan masing-masing industri entah itu ranah politik, ekonomi, sosial, budaya atau lingkungan.

Perkembangan media lokal jauh tertinggal daripada media nasional. Hal tersebut disebabkan oleh terbatasnya pembaca yaitu hanya kalangan warga setempat, manajemen redaksi media yang tidak sebesar di nasional, dan pendapatan dari iklan. Biasanya media lokal lebih banyak menampilkan rubrik daerah seperti peristiwa atau kebijakan yang terjadi di daerah setempat serta kesenian tradisional. Setiap media lokal mempunyai identitas masing-masing untuk menunjukkan ciri khasnya.

Karakteristik media massa lokal sebagaimana diungkapkan oleh Noveri dalam Rachelita (2013) sebagai berikut:

- 1) Dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat
- 2) Mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat
- 3) Mementingkan berita tentang peristiwa, kegiatan, problematika, dan personalia masyarakat setempat
- 4) Khalayak media massa lokal adalah masyarakat yang berada di satu wilayah dengan pengelola media
- 5) Khalayak media massa lokal kurang bervariasi secara struktur dan strata sosial karena berada di wilayah yang lebih sempit dibandingkan dengan khalayak media massa nasional.



Beberapa media lokal masih berkuat pada penyelenggaraan institusi bisnis, belum sepenuhnya merujuk pada institusi pers yang ideal. Seringkali mengedepankan komersialisme supaya industri media dapat bertahan. Mereka terlihat ada yang menulis berita untuk kepentingan suatu kelompok tertentu. Biasanya media lokal menyurut kebijakan-kebijakan di pemerintah daerah dan hasil penerapannya ke masyarakat daerah.

Media memiliki peran terhadap pembentukan opini publik. Penelitian Bambang Sunarwan tahun 2017 menunjukkan bahwa media lokal menonjolkan berita dalam lingkup kabupaten/kota. Sedangkan, provinsi dan pusat diberi porsi lebih sedikit (Sunarwan, 2017). Dengan demikian, fungsi pers lokal memang sejalan dengan semestinya.

Demi mempertahankan kejayaannya, berbagai cara dilakukan oleh media massa salah satunya konsep multiplatform. Multiplatform dijalankan supaya mendapat lebih banyak audiens terutama anak muda yang tidak lepas dari internet. Semakin hari, surat kabar konvensional kurang diminati. Bisa dilihat di sekitar, pembaca rata-rata berusia 30 tahun ke atas. Generasi kepala dua dan belasan tahun lebih menikmati informasi melalui gawai. Oleh karena itu, berbagai industri media lokal khususnya surat kabar membentangkan sayapnya ke ranah internet. Meskipun tidak langsung menuju *website* tetapi melalui perantara situs pencarian, informasi yang disajikan harus mengedepankan kode etik jurnalistik. Dapat dilihat perbedaan antara berita cetak dan berita online, di situs online penulisan berita lebih padat dan singkat karena pembaca menyukai sesuatu yang simpel dibandingkan kedalaman di media cetak. Media lokal menerapkan multiplatform sebagai upaya mengikuti perkembangan zaman.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Paradigma Penelitian**

Paradigma merupakan bagian dan hubungan yang disusun dengan pola atau model tertentu, di dalamnya ada perilaku yang menunjukkan konteks khusus atau dimensi waktu (Moleong, 2019:49). Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Hidayat dalam Umanailo (2019) mengutarakan paradigma tersebut memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap aksi sosial yang bermakna (*socially meaningful action*) melalui pengamatan langsung dan



terperinci kepada pelaku sosial yang bersangkutan, bagaimana mereka menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek individu, kelompok, organisasi (komunitas), program, atau situasi sosial. Studi kasus bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti (Mulyana, 2018:247). Metode studi kasus digunakan dalam penelitian ini guna mengetahui serta memahami manajemen multiplatform pada surat kabar Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat.

## 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-Mei 2021 dengan lokasi penelitian di beberapa tempat, yaitu:

- a. Kantor Harian Jogja yang berlokasi di Jalan AM Sangaji no.41, Cokrodingratan, Jetis, Yogyakarta
- b. Kantor Tribun Jogja yang berlokasi di Jalan Jend. Sudirman no.52 A, Kotabaru, Yogyakarta
- c. Kantor Kedaulatan Rakyat yang berlokasi di Jalan P. Mangkubumi no.40-46 Yogyakarta.

## 3. Narasumber Penelitian

Narasumber penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono dalam Putri (2017), *purposive sampling* adalah pengambilan subjek sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasannya, teknik tersebut sesuai dengan kriteria dan pertimbangan serta dapat menjawab rumusan masalah dengan variabel yang diteliti. Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah menetapkan narasumber yang relevan tercantum dalam tabel di bawah. Hal ini dikarenakan bidang profesi tersebut dianggap memiliki kriteria tertentu dengan variabel yang diteliti dan paham mengenai manajemen media multiplatform dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Tabel 1.1 Narasumber Penelitian**

No.	Nama	Jabatan
1.	Nugroho Nurcahyo	Redaktur Pelaksana Harian Jogja
2.	Sugeng Pranyoto	Editor Cetak Harian Jogja
3.	Budi Cahyana	Editor Online Harian Jogja

4.	Abdul Hamid Razak	Reporter Harian Jogja
5.	Sigit Widya	<i>News Manager</i> Tribun Jogja
6.	Susilo Wahid Nugroho	Editor Cetak Tribun Jogja
7.	Hari Susmayanti	Editor Online Tribun Jogja
8.	Yuwantoro Winduajie	Reporter Tribun Jogja
9.	Octo Lampito	Pemimpin Redaksi Kedaulatan Rakyat
10.	Primaswolo Sudjono	Redaktur Pelaksana Kedaulatan Rakyat

Catatan: Wawancara dilakukan dalam rentang waktu Maret-Mei 2021

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang melibatkan dua orang, seseorang ingin memperoleh informasi dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu kepada seorang lainnya (Mulyana, 2018:226). Tujuan wawancara seperti dijelaskan oleh Lincoln dan Guba (dalam Moleong, 2019:186) yakni mengonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian secara keseluruhan; merekonstruksi bagian-bagian yang disebutkan sebagai apa yang dialami pada masa lalu; memproyeksikan bagian-bagian yang disebutkan sebagai harapan pada masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia; dan memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan akan informasi.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk memperluas informasi melalui narasumber dan menjawab pertanyaan mengenai manajemen multiplatform di ruang redaksi Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat.

##### b. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data mencakup penggunaan dokumen dan pengutipan dari sumber literasi fisik berupa buku, jurnal, skripsi, dan lain-lain. Peneliti juga memanfaatkan internet untuk mempermudah pencarian informasi terkait penelitian ini.

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan mengolah data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola,

mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Bogdan & Biklen dalam Moleong, 2019:248). Ada empat tahap analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Pengumpulan data

Tahap pertama dilakukan dengan mencari, mencatat, dan mengumpulkan data melalui teknik wawancara dan studi pustaka terkait manajemen multiplatform liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta oleh surat kabar Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat. Dalam penelitian ini, peneliti akan membandingkan jenis platform yang dimiliki masing-masing perusahaan media yaitu surat kabar konvensional, situs web, media sosial, dan radio.

b. Reduksi data

Reduksi data yaitu merangkum, memilih, fokus pada hal-hal penting, mencari tema dan pola, serta menyeleksi data yang kurang penting (Sugiyono dalam Ramadhani, 2018). Peneliti mengategorisasikan data sesuai dengan permasalahan penelitian.

c. Penyajian data

Penyajian data bertujuan mempermudah peneliti mendeskripsikan data secara naratif deskriptif sehingga lebih mudah dipahami. Pada penelitian ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat hasil wawancara maupun studi pustaka.

d. Penarikan kesimpulan

Hipotesis awal dirumuskan peneliti yang didukung oleh data-data di lapangan. Kesimpulan akhir didapat dari menyatukan semua data serta hipotesis sehingga rumusan masalah terjawab dan memberikan penjelasan. Kesimpulan berisi inti masalah, analisis, jawaban/solusi dari penelitian.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Harian Jogja

##### 1. Sejarah Harian Jogja

Harian Jogja merupakan surat kabar lokal harian yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Diluncurkan pertama kali pada 20 Mei 2008 bertepatan dengan Hari Kebangkitan Nasional ke-100, Harian Jogja didirikan di bawah pengelolaan Bisnis Indonesia Group (BIG). Perusahaan yang berbasis pada bisnis dan ekonomi tersebut terbagi atas dua lini usaha yaitu BIGMEDIA dan BIGSERVICES. Harian Jogja masuk dalam kategori BIGMEDIA yang merupakan kelompok usaha multimedia di samping harian Bisnis Indonesia dan Solopos. Sedangkan, BIGSERVICES melayani *data services, cyber techno, event networks, media services, book publishing, dan printing networks*.

Sejarah berdirinya Harian Jogja berawal dari suatu bangunan di Kentungan, Jalan Kaliurang, Sleman, Yogyakarta. Inspirasi untuk membuat surat kabar muncul ketika perwakilan dari perusahaan Bisnis Indonesia sedang mencari kantor di Yogyakarta. Sugiharto Gunawan dari Maestro 90 menawarkan kantor yang cukup besar. Dari situlah perwakilan Bisnis Indonesia mendapat ide membuat surat kabar baru. Rencana pendirian surat kabar tersebut dimulai pada 24 Oktober 2007 dengan membuat tim studi kelayakan surat kabar baru di Yogyakarta. Tim tersebut terdiri atas kalangan akademisi. Pada 5 April 2008 laporan rinci rencana pendirian surat kabar baru di Yogyakarta disampaikan kepada Pemimpin Umum dan Pemimpin Perusahaan Bisnis Indonesia yang kemudian disepakati dan dibentuklah PT Aksara Dinamika Jogja. Nama surat kabar yang diusulkan antara lain Jogjapos, Gema Jogja, dan Koran Jogja. Namun, pada 28 April 2008 terbit surat kabar baru di DKI Jakarta yang bernama Koran Jakarta. Supaya tidak mengacaukan *branding* dan dikira satu perusahaan media, nama Koran Jogja dihapus dari daftar.

Acara peluncuran Harian Jogja diselenggarakan pada 19 Mei 2008 di Bangsal Kepatihan yang dihadiri Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta, Sri Sultan Hamengkubuwono X beserta GKR Hemas dan komisaris serta direksi Bisnis Indonesia maupun Solopos. Harian Jogja menjadi satu-satunya surat kabar yang peluncurannya dilakukan di kantor Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Acara

tersebut sekaligus untuk menyambut edisi perdana No. 0000 yang diterbitkan keesokan harinya tanggal 20 Mei 2008.

Harian Jogja sempat berpindah kantor dua kali. Kantor pertama di Jalan MT Haryono 7B, Yogyakarta yang ditempati selama tahun 2008-2011. Kemudian pindah di Jalan Ipda Tut Harsono No.52, Yogyakarta hingga 2013. Sejak tahun 2013 sampai penulis melakukan penelitian, Harian Jogja menempati kantor baru.

Surat kabar yang kini berlokasi di Jalan AM Sangaji no.41, Cokrodingratan, Jetis, Yogyakarta ini menyajikan informasi seputar Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang mencakup Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunungkidul, Kabupaten Kulonprogo, dan Kota Yogyakarta. Harian Jogja sering disingkat *Harjo* oleh penduduk lokal. Hal ini dikarenakan surat kabar tersebut akrab dan mudah diterima oleh masyarakat DIY.

Tidak hanya fokus di media cetak konvensional, Harian Jogja juga mempunyai versi web dengan nama URL [harianjogja.com](http://harianjogja.com) yang dirilis tepat pada hari yang sama dengan perilisian versi cetak. Rubrik yang tersedia meliputi *news*, Jogjapolitan, ekbis, tekno, wisata, sepakbola, olahraga, otomotif, *lifestyle*, hiburan, dan opini. Pada tahun ketiga operasional, Harian Jogja mengakuisisi stasiun radio Star FM kemudian diubah namanya menjadi radio Star Jogja FM yang mengudara di kanal 101.3 FM. Sebagai upaya mengikuti perkembangan teknologi komunikasi, Harian Jogja memiliki media sosial berupa Instagram (@harianjogja), Twitter (@Harian\_Jogja), Facebook (Harian Jogja), dan TikTok (@harianjogja). Selain media sosial yang telah disebutkan, Harian Jogja juga memiliki channel Youtube dengan *username* HarianJogja.

## **2. Semboyan Harian Jogja**

Berbudaya, Membangun Kemandirian

## **3. Visi dan Misi Perusahaan**

VISI

Mengawal dinamika dan nilai luhur budaya masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

MISI

- a. Memberikan pilihan bagi komunitas Yogyakarta yang makin majemuk
- b. Memacu semangat masyarakat untuk membangun wilayah secara mandiri
- c. Menyebarkan romantisme ke-jogja-an bagi warga yang pernah memiliki keterpautan dengan wilayah ini
- d. Meningkatkan daya kritis masyarakat untuk mencapai cita-cita menuju bangsa yang cerdas.

#### 4. Gambaran Konten Harian Jogja

Harian Jogja memiliki beragam konten terutama berita lokal mengingat surat kabar tersebut merupakan surat kabar yang beredar di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Selain berita lokal ada pula berita nasional dan mancanegara, infografis, kesehatan, olahraga, *entertainment*, dan referensi kuliner serta wisata. Konten-konten tersebut disebarluaskan melalui platform yang dimiliki Harian Jogja yaitu surat kabar konvensional, situs web dan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube.

##### a. Rubrikasi surat kabar

Harian Jogja memiliki 12 rubrik dalam setiap edisi cetak. *E-paper* (versi digital) Harian Jogja dapat diakses di [epaper.harianjogja.com](http://epaper.harianjogja.com) dengan berlangganan. Rincian rubrik Harian Jogja yaitu halaman utama (*headline*) memuat berita yang terjadi baru-baru ini dan diperbincangkan skala lokal, nasional bahkan internasional. Untuk melengkapi berita yang disuguhkan terdapat foto serta infografis sebagai penunjang supaya pembaca mendapat gambaran. Rubrik berita utama memuat berita menarik dan penting yang diperbincangkan masyarakat umum dengan level di bawah *headline*. Rubrik Ubah Laku memuat informasi seputar pandemi COVID-19 di Indonesia dan selalu mengingatkan untuk jaga jarak, pakai masker, dan cuci tangan dengan sabun. Rubrik Aspirasi memuat tajuk, pojok serta artikel. Artikel ditulis oleh masyarakat umum berisi pendapat pribadi, mencerahkan publik, dan tidak mempertentangkan SARA. Rubrik Jogja memuat peristiwa yang terjadi di wilayah Kota Yogyakarta. Begitu pula dengan rubrik Sleman, rubrik Bantul, rubrik Kulonprogo, dan rubrik Gunungkidul. Rubrik sambungan memuat berita dari halaman utama (*headline*) yang diulas lebih lanjut. Rubrik Niaga & Jasa memuat berita tentang keuangan, perbankan, perdagangan, dan bisnis lokal. Rubrik Olahraga memuat berita olahraga lokal, nasional maupun internasional seperti *review* pertandingan dan kehidupan para atlet. Masing-masing rubrik dimuat dalam satu halaman.

Khusus hari Rabu, rubrik olahraga tidak ada diganti dengan halaman tematik Jogja Istimewa yang mengupas *event* budaya di Yogyakarta. Edisi Kamis, Harian Jogja memuat rubrik khusus You Hao. Sesuai dengan namanya, halaman tersebut menampilkan informasi tentang kebudayaan Tionghoa. Setiap hari Jumat, surat kabar yang biasa disingkat Harjo ini mempunyai rubrik khusus yang dinamai Derap Nusantara berisi berita nasional terkini.

Harian Jogja terbitan Sabtu agak berbeda dengan terbitan pada saat hari kerja (Senin-Jumat). Tampil dengan 8 halaman tanpa rubrik Ubah Laku dan rubrik Niaga & Jasa tetapi ada rubrik Jogjapolitan yang memuat berita lingkup Daerah Istimewa Yogyakarta di antaranya pembangunan, transportasi, politik, ekonomi, dan seni budaya.

Terbitan hari Minggu juga tampil dengan 8 halaman dikhususkan untuk rubrik *soft news* di antaranya halaman utama memuat isu, peristiwa bahkan tren yang hangat dibicarakan di kalangan umum. Rubrik Digital memuat informasi seputar teknologi digital terbaru seperti gawai, jam tangan, dan lain sebagainya beserta spesifikasi, keunggulan sampai fitur-fitur yang tersedia. Rubrik Sosok memuat tokoh inspiratif yang diharapkan dapat memberi motivasi pembaca. Rubrik Ubah Laku memuat informasi seputar COVID-19 dan mengajak untuk menerapkan pola hidup sehat di tengah dunia yang sedang dilanda pandemi. Rubrik Klanganan memuat informasi suatu komunitas di Daerah Istimewa Yogyakarta yang kreatif, inspiratif, dan inovatif. Rubrik Properti memuat informasi seputar tempat tinggal (rumah dan apartemen) dari segi interior, desain ruang serta tips-tips tempat tinggal supaya nyaman untuk ditinggali. Rubrik Investasi memuat informasi suatu usaha yang berujung investasi bisnis di masa depan. Rubrik Jalan-Jalan memuat rekomendasi wisata alam, kuliner, dan rekreasi serta kegiatan untuk menikmati akhir pekan.

b. Situs web (*website*)

1) News

Menyajikan liputan berita terbaru dengan menampilkan berita utama (*headline*) pada halaman awal. Berita terbaru berupa *hard news* maupun *soft news*. Lingkup berita lokal, nasional hingga mancanegara. Apabila situs web dibuka melalui laptop dan kursor diarahkan ke kanal *news* akan muncul sub-kanal pengabdian mahasiswa dan cek fakta.

2) Jogjapolitan

Menyajikan berita lokal terkini yang terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengunjung dapat memilih berdasarkan wilayah liputan yaitu Jogja, Sleman, Bantul, Gunungkidul atau Kulonprogo.



3) Ekbis

Menyajikan informasi seputar ekonomi dan bisnis seperti usaha mikro kecil menengah (UMKM), ekonomi selama pandemi COVID-19, perbankan, dan lain-lain.

4) Tekno

Menyajikan informasi seputar perkembangan teknologi terbaru. Pada kanal ini disajikan pula tips-tips, fitur media sosial, dan regulasi komunikasi.

5) Wisata

Menyajikan berita yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata seperti rekomendasi destinasi wisata, kuliner, transportasi, tempat penginapan, dan regulasi pemerintah terkait pariwisata selama pandemi COVID-19.

6) Sepakbola

Menyajikan liputan dunia sepakbola nasional dan internasional di antaranya *review* pertandingan, bursa transfer, kedekatan antar pemain, tips-tips, dan lain-lain.

7) Olahraga

Menyajikan informasi seputar dunia olahraga selain sepakbola karena sepakbola mempunyai kanal tersendiri. Berisi antara lain *review* pertandingan, kehidupan para atlet, dan lain-lain.

8) Otomotif

Menyajikan liputan khusus tentang otomotif beserta tips-tips yang dapat dipraktikkan oleh pembaca. Berita dalam kanal ini tidak jauh dari inovasi kendaraan bermotor.

9) Lifestyle

Menyajikan informasi seputar gaya hidup sehari-hari. Jenis berita yang disajikan kebanyakan *soft news*. Mulai dari tips menabung, perawatan tubuh sampai kesehatan.

10) Hiburan

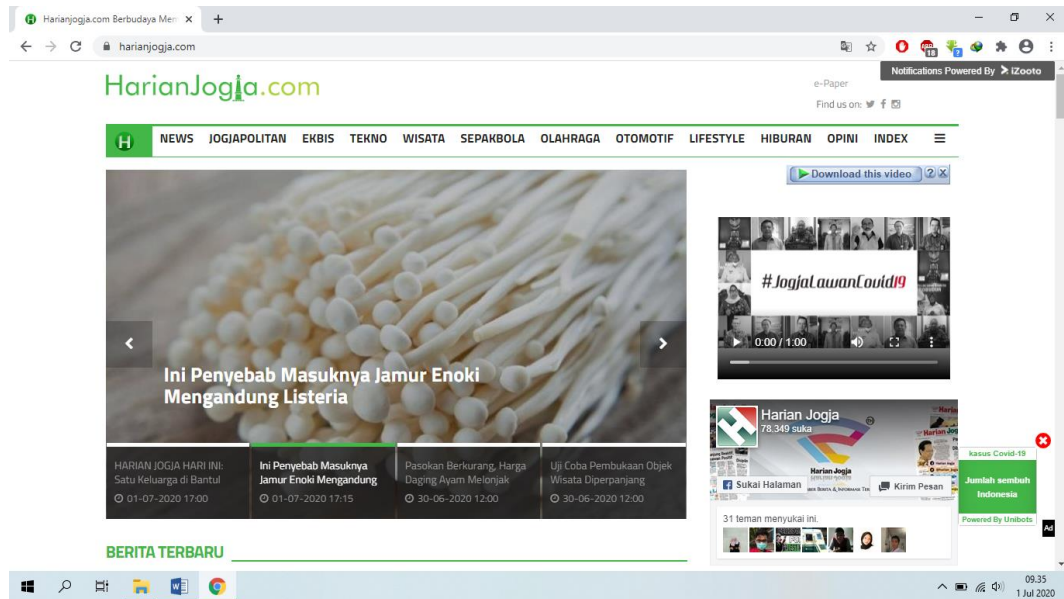
Menyajikan informasi seputar dunia selebriti, film, dan musik. Dalam kanal ini terdapat cerbung atau cerita bersambung khas Harian Jogja yang berjudul Sandyakala Ratu Malang yang sudah mencapai ratusan episode.

11) Opini

Kanal ini disediakan sebagai wadah bagi masyarakat yang ingin mempublikasikan tulisan di [harianjogja.com](http://harianjogja.com). Tulisan berupa artikel. Penulis



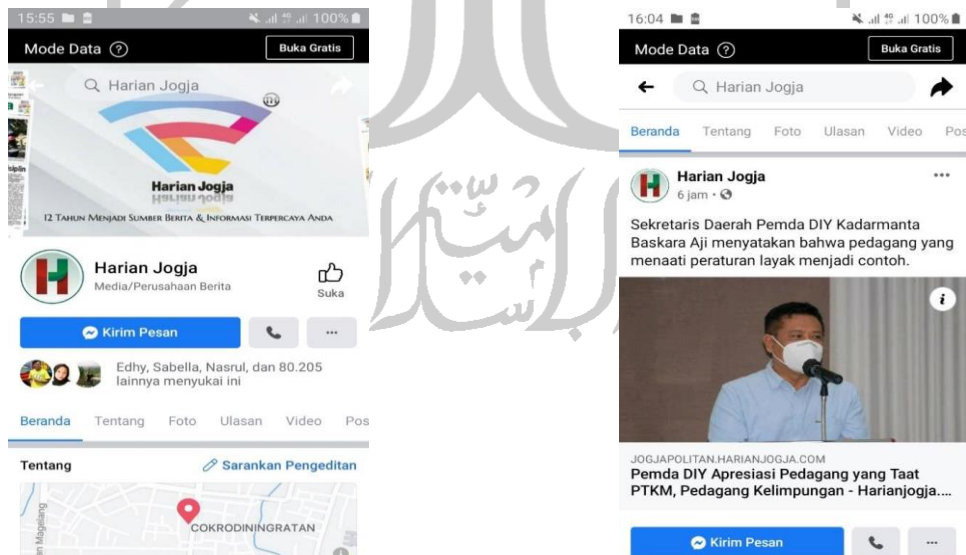
tidak dibatasi usia, gender, latar pendidikan, dan profesi. Siapapun dapat menyampaikan aspirasi serta opini asal berlandaskan sumber data yang kredibel.



Gambar 2.1 Website Harian Jogja

c. Facebook

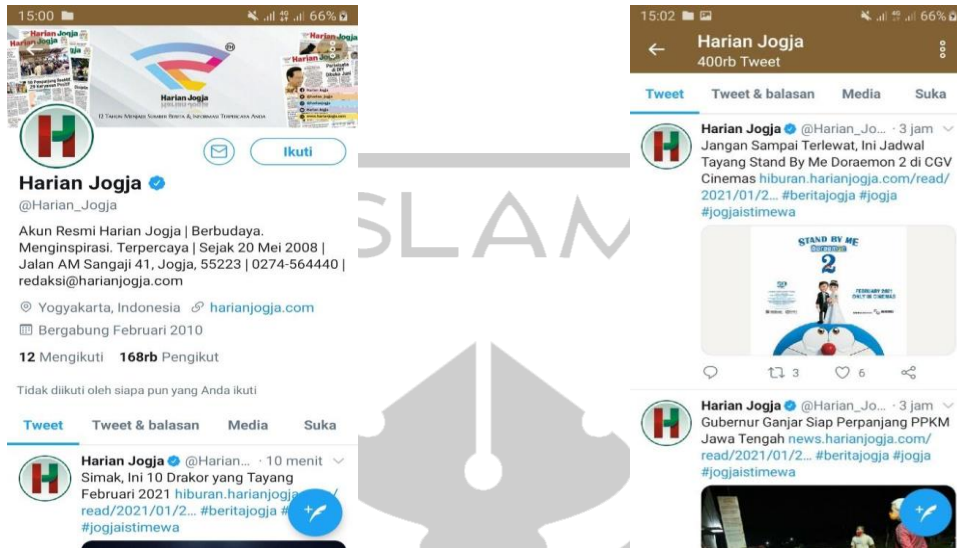
Konten yang disajikan mengarah ke situs web dengan keterangan singkat. Meskipun terdapat *tab* foto, jarang sekali ada unggahan. Foto yang ditampilkan sesekali berupa iklan atau infografis. Video yang diunggah mayoritas hasil siaran langsung dari aplikasi *meeting* ataupun siaran langsung radio karena Harian Jogja mengakuisisi radio Star Jogja FM.



Gambar 2.2 Facebook Harian Jogja

d. Twitter

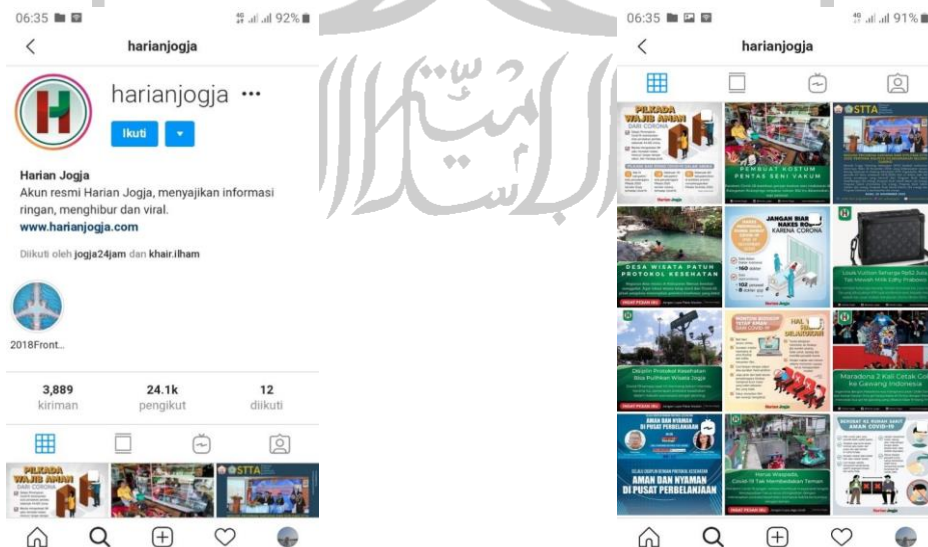
Hampir sama seperti Facebook, konten mengarah ke situs web dengan keterangan singkat dan foto. Perbedaannya, sesekali berinteraksi dengan pengikut melalui fitur *polling* atau melempar pertanyaan akan suatu topik. Terdapat pula video pendek tentang suatu peristiwa yang sedang terjadi.



Gambar 2.3 Twitter Harijan Jogja

e. Instagram

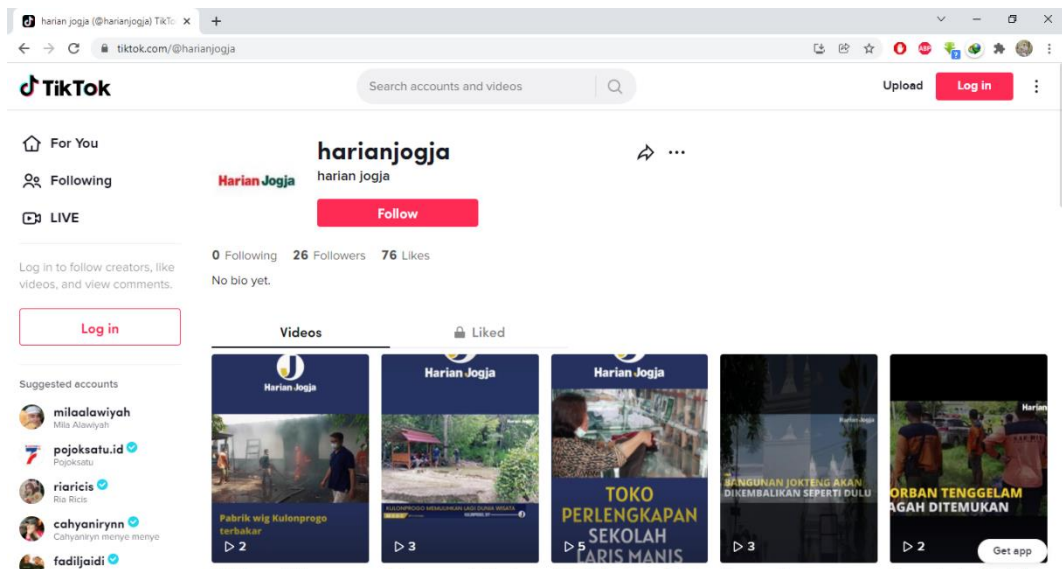
Konten-konten yang disajikan di Instagram berupa foto dan video. Ada foto dokumentasi, ada pula infografis. Informasi singkat dibubuhkan pada foto dan lebih lanjut ditulis di *caption*. Konten-konten tersebut berisi berita yang lebih ringan dan *real time*. Tidak hanya berita, Instagram Harijan Jogja juga menyediakan info *event* dan kuis.



Gambar 2.4 Instagram Harijan Jogja

f. TikTok

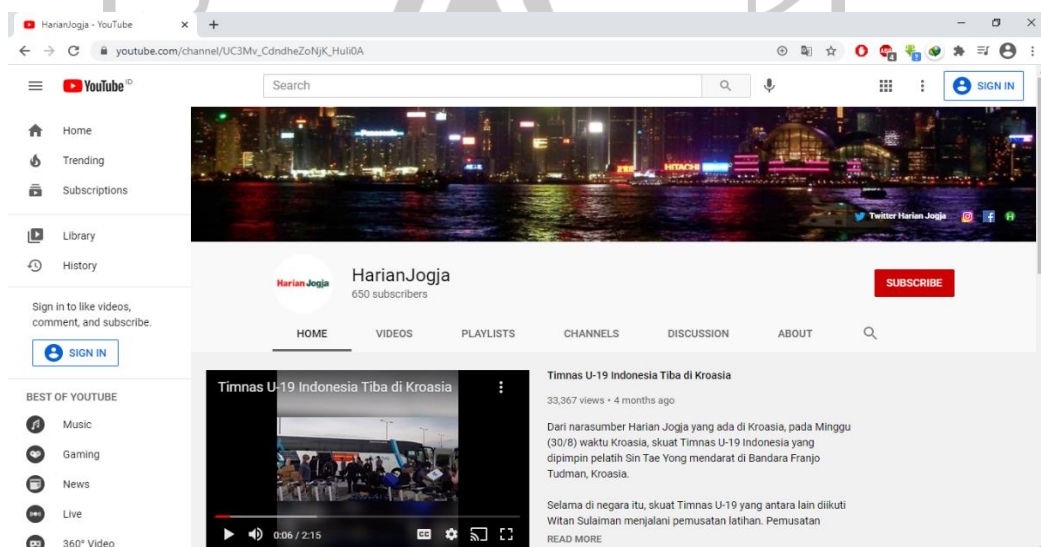
Konten di TikTok berupa video pendek dengan durasi kurang lebih satu menit. Video dilengkapi dengan deskripsi yang menjelaskan maksud dari unggahan tersebut. Berisi *hard news*, *soft news*, iklan, dan info lomba. Ketika peneliti menulis penelitian ini, Harian Jogja belum begitu aktif mengunggah konten di TikTok.



Gambar 2.5 TikTok Harian Jogja

g. Youtube

Konten yang diunggah di kanal Youtube Harian Jogja kebanyakan berisi video *live streaming* dan video *hard news* yaitu video yang disampaikan langsung ke publik hari itu juga, tidak bisa ditunda karena berita cepat basi. Video *soft news* yang diunggah sangat sedikit dibanding video *live streaming* dan *hard news*.



Gambar 2.6 Youtube Harian Jogja

## **B. Profil Tribun Jogja**

### **1. Sejarah Tribun Jogja**

Tribun Jogja merupakan surat kabar lokal harian yang terbit di Daerah Istimewa Yogyakarta. Surat kabar ini pertama kali terbit pada 11 April 2011 dengan tampilan 24 halaman. Tribun Jogja terbilang surat kabar baru apabila dibandingkan dengan Harian Jogja dan Kedaulatan Rakyat. Perusahaan yang menaungi surat kabar Tribun Jogja yaitu PT Media Tribun Jogja adalah anak perusahaan dari Kompas Gramedia. Sampai saat ini, Kompas Gramedia memiliki dua jenis surat kabar berdasarkan isi beritanya. Surat kabar nasional yaitu Harian Kompas dan surat kabar lokal atau regional seperti Tribun Network dan Warta Kota.

Pada tahun 1987 Kompas Gramedia mengambil alih kepemilikan penerbitan harian Sriwijaya Post di Palembang. Pada masa itu, ada himbuan dari Menteri Penerangan RI supaya surat kabar besar membantu surat kabar daerah yang terhambat permasalahan surat izin usaha penerbitan pers (SIUPP). Oleh sebab itu, didirikan unit usaha Kelompok Pers Daerah (Persda) dengan nama PT Indopersda Prima Media. Tugas Persda adalah membantu surat kabar daerah yang membutuhkan pertolongan. Tahun 1988 Kompas Gramedia mengambil alih surat kabar mingguan Mimbar Swadaya di Banda Aceh yang diganti namanya menjadi harian Serambi Indonesia dan surat kabar mingguan Surya di Surabaya. Tahun 1992 surat kabar harian Pos Kupang yang terbit di Nusa Tenggara Timur juga diambil alih oleh Kompas Gramedia. Diikuti surat kabar harian Banjarmasin Post yang terbit di Kalimantan Selatan dua tahun setelahnya. Seiring berjalannya waktu, Persda mendirikan koran daerah dengan nama Tribun yang pertama kali terbit pada tahun 2003 di Balikpapan, Kalimantan Timur. Persda berganti nama menjadi Tribun Network tanggal 22 Maret 2010 yang bertujuan sebagai transformasi dari kesan daerah menjadi berwarna nasional.

Kini, ada 52 jaringan Tribun se-Indonesia di antaranya 26 koran daerah yang tersebar di 22 kabupaten/kota di Indonesia. Surat kabar tersebut yakni Serambi Indonesia (Aceh), Tribun Medan (Sumatera Utara), Tribun Pekanbaru (Riau), Tribun Batam (Kepulauan Riau), Tribun Jambi (Jambi), Sriwijaya Post (Palembang), Tribun Sumsel (Sumatera Selatan), Bangka Pos (Bangka), Pos Belitung (Belitung), Tribun Lampung (Lampung), Tribun Jakarta (Jabodetabek dan Banten), Tribun Jabar (Jawa Barat), Tribun Jateng (Jawa Tengah), Tribun Solo (Surakarta), Tribun Jogja (Yogyakarta), Surya (Jawa Timur), Tribun Pontianak (Kalimantan Barat), Tribun Kaltim (Kalimantan Timur), Banjarmasin Post (Kalimantan Selatan), Tribun Manado



(Sulawesi Utara), Tribun Timur (Sulawesi Selatan), Tribun Bali (Bali), dan Pos Kupang (Nusa Tenggara Timur).

Tribun diambil dari istilah panggung atau stadion. Filosofi tribun dimaknai dengan posisi yang lebih tinggi dan dapat melihat ke semua arah. Tribun memberikan pandangan lebih luas karena posisinya di atas dan dapat melihat segala sesuatu dengan jelas. Tribun menempatkan masyarakat di panggung utama. Panggung diartikan tempat untuk memberitahu, menyampaikan informasi, dan memperlihatkan suatu hal. Oleh karena itu, masyarakat dianggap sebagai orang yang terhormat dan Tribun Jogja menyajikan berita secara lengkap. Tribun Jogja merupakan unit ke-11 dari Tribun Network.

Pada awal terbit, surat kabar Tribun Jogja dijual dengan harga seribu rupiah supaya dapat dibaca oleh seluruh lapisan masyarakat dan memenuhi kebutuhan akan informasi dari berbagai kalangan. Salah satu konsep yang membuat Tribun Jogja berbeda dengan surat kabar lain yaitu meskipun memberikan harga murah tetapi berita yang disajikan lengkap. Tujuan hadirnya Tribun Jogja adalah memajukan wilayah Yogyakarta. Dengan *tagline* “Spirit baru DIY-Jateng” diharapkan Tribun Jogja dapat mendampingi dan mengkritik pemerintah untuk mendorong terciptanya demokratisasi di wilayah DIY dan Jateng. Tribun Jogja menyajikan berita dengan konsep *multi angle*, *easy reading*, dan *cross media audio online*.

PT Media Tribun Jogja hadir di Yogyakarta pada tahun 2010 yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman 52, Kotabaru, Gondokusuman, Yogyakarta. Sejak awal pendirian sampai peneliti melakukan penelitian ini kantor redaksi tidak pernah pindah. Sebelum menerbitkan versi cetak, Tribun Jogja sudah mengeluarkan versi digital terlebih dahulu dengan nama Tribun Jogja Online pada November 2010. Edisi cetak terbit setelah lima bulan Tribun Jogja Online eksis di dunia maya.

Tribun Network mempunyai situs berita online dengan nama URL [tribunnews.com](http://tribunnews.com) yang dikelola oleh PT Tribun Digital Online. Berpusat di Jakarta, situs berita tersebut menyajikan berita-berita regional, nasional, internasional, olahraga, ekonomi-bisnis, *entertainment*, dan gaya hidup. Sedangkan, Tribun Jogja versi web dapat diakses di [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com) yang berisi berita-berita regional, nasional, internasional, dan Tribun Jogja Travel. Tribun Jogja memiliki media sosial berupa Instagram (@tribunjogja), Twitter (@tribunjogja), Facebook (Tribun Jogja), dan TikTok (@tribunjogja). Selain media sosial yang disebutkan, Tribun Jogja

memiliki dua kanal Youtube dengan *username* Tribun Jogja Official dan Tribun Jogja TV.

## 2. Semboyan Tribun Jogja

Spirit Baru DIY-Jateng

## 3. Visi dan Misi Perusahaan

VISI

Menjadi kelompok usaha penerbitan surat kabar, media online, dan percetakan daerah terbesar yang tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah.

MISI

Menciptakan informasi yang terpercaya untuk memberikan spirit baru dan mendorong terciptanya demokrasi di daerah dengan menjalankan bisnis yang beretika, efisien, dan menguntungkan perusahaan serta masyarakat, Tribun Jogja ingin memajukan Daerah Istimewa Yogyakarta.

## 4. Gambaran Konten Tribun Jogja

Tribun Jogja menyajikan beragam konten berita lokal, nasional bahkan internasional. Hanya saja persentase berita lokal lebih banyak mengingat Tribun Jogja adalah surat kabar lokal yang beredar di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain *hard news*, Tribun Jogja memuat *soft news* seperti tips seputar keluarga, ekonomi-bisnis, olahraga, hiburan, kuliner, dan lain-lain. Konten-konten tersebut disebarluaskan melalui platform yang dimiliki Tribun Jogja di antaranya surat kabar konvensional, situs web, dan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube.

### a. Rubrikasi surat kabar

Tribun Jogja terbit dengan 12 halaman, terkadang 16 halaman dalam setiap edisi cetak maupun *e-paper*. Versi digital (*e-paper*) Tribun Jogja dapat diakses di [jogja.tribunnews.com/epaper](http://jogja.tribunnews.com/epaper) secara gratis dan tidak perlu *login*. Tidak ada perbedaan konten antara versi cetak maupun versi digital (*e-paper*). Rincian rubrik Tribun Jogja yaitu halaman utama (*headline*) memuat peristiwa hangat yang baru saja terjadi dan diperbincangkan skala lokal, nasional bahkan internasional. Untuk melengkapi isi berita, dimasukkan foto dan infografis supaya pembaca lebih mudah memahami informasi yang disampaikan. Terkadang dicantumkan kode bar yang dapat dipindai oleh pembaca. Kode bar tersebut mengalihkan pembaca ke platform Youtube. Rubrik *Hotline Public Service* memuat pertanyaan dan keluhan dari masyarakat terkait pelayanan publik. Selain pertanyaan dan keluhan, tersedia

informasi tentang layanan publik yang disampaikan oleh pemerintah atau swasta. Dalam rubrik ini, dicantumkan pula *citizen journalism*. Rubrik Tribun Biz menyajikan berita terkait ekonomi-bisnis yang sedang berkembang dan kerap diperbincangkan.

Rubrik *Mom & Kids* menyajikan tips seputar keluarga terutama ibu dan perkembangan anak. Rubrik *Jateng Square* menampilkan berita dari wilayah Jawa Tengah. Rubrik *Jogja Region* memuat berita-berita terkini di wilayah liputan Kabupaten Sleman, Bantul, Kulonprogo, Gunungkidul, dan Kota Yogyakarta. Rubrik *Tribun Buffer* memuat berita lanjutan dari halaman utama (*headline*). Rubrik *Malioboro Blitz* memuat berita khusus Yogyakarta dari segi kesehatan, pendidikan, sosial, budaya, dan seputar kawasan Malioboro sebagai jantung Kota Yogyakarta. Rubrik Gosipi menyajikan informasi seputar kehidupan selebriti nasional bahkan internasional. Rubrik *Jogja Sport Land* berisi berita olahraga di wilayah regional Daerah Istimewa Yogyakarta. Rubrik Tribun Jual Beli menyediakan wadah untuk berbagai iklan baris dan lowongan pekerjaan. Rubrik *Soccer Hot News* memuat berita khusus dunia sepakbola terbaru baik nasional maupun internasional seperti statistik pertandingan dan tokoh sepakbola. Rubrik *Malioboro Buffer* memuat berita sambungan dari halaman rubrik *Malioboro Blitz*. Rubrik *Super Ball* menyajikan berita tambahan tentang sepakbola dan ada berita olahraga lain meliputi hasil pertandingan dan kehidupan para atlet.

Rubrik *Jogja Life* memuat berita terutama Kota Yogyakarta meliputi pembangunan, pendidikan, kesehatan, kriminal, pariwisata, kesenian hingga transportasi. Rubrik Auto Vaganza menyajikan informasi seputar dunia otomotif. Rubrik *Smart Traveller* menyajikan rekomendasi tempat wisata dan informasi seputar liburan. Rubrik *Healthy Life* mengulas informasi seputar gaya hidup sehat. Rubrik Internasional memuat berita dari berbagai belahan dunia termasuk berita dalam negeri. Rubrik *Inspiring Beauty* mengulas tokoh wanita inspiratif, diharapkan dapat menginspirasi wanita untuk bergerak maju. Rubrik Wigo menyajikan rekomendasi tempat wisata lokal yang potensial. Rubrik Tribun Musik menyajikan informasi dunia musik terbaru baik lokal, nasional maupun internasional. Rubrik *Art Culture* memuat berita terkait kesenian dan kebudayaan yang disajikan secara ringan kepada pembaca. Rubrik *Super Sport* memuat berita dari dunia olahraga selain sepakbola mencakup hasil pertandingan, klasemen, dan trivia para atlet.



b. Situs web (*website*)

1) News

Menyajikan liputan berita terbaru berupa *hard news* maupun *soft news* dengan lingkup regional, nasional bahkan internasional.

2) DIY

Menyajikan berita lokal yang terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengunjung dapat memilih berdasarkan wilayah liputan yaitu Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Gunungkidul atau Kulonprogo.

3) Pemilu

Menyajikan berita seputar pemilihan umum maupun pemilihan presiden serta aktivitas yang digelar oleh para politikus.

4) Kota Magelang

Menyajikan berbagai macam berita dari wilayah Magelang mulai dari hiburan, sosial, budaya, kesehatan, pendidikan, ekonomi, politik hingga kriminalitas.

5) BPD DIY

Menyajikan liputan kegiatan atau inovasi terbaru oleh Bank BPD DIY sebagai bank BUMD di Daerah Istimewa Yogyakarta.

6) Klaten Keren

Menyajikan berbagai macam berita dari wilayah Klaten mulai dari pariwisata, sosial, budaya, kesehatan, pendidikan, ekonomi hingga politik pemerintahan.

7) Jawa

Menyajikan berita-berita dari Pulau Jawa secara menyeluruh mulai dari hiburan, pariwisata, sosial, budaya, kesehatan, pendidikan, ekonomi, politik hingga kriminalitas.

8) Bisnis

Menyajikan berita seputar ekonomi dan bisnis seperti usaha mikro kecil menengah (UMKM), saham, investasi, perbankan, dan lain-lain.

9) Super Ball

Menyajikan informasi dunia sepakbola baik sepakbola lokal, nasional maupun internasional meliputi kehidupan pemain, ulasan pertandingan, jadwal pertandingan, tautan *live streaming*, klasemen, *rating* pemain hingga bursa transfer.

10) Sport

Menyajikan informasi tentang dunia olahraga lokal, nasional, dan internasional antara lain ulasan pertandingan, kehidupan personal para atlet, jadwal siaran, manajemen klub, dan lain-lain.

11) Seleb

Menyajikan informasi seputar selebriti, lirik lagu, sinopsis sinetron, film, dan semua yang berkaitan dengan dunia *entertainment*.

12) Tribun Jogja TV

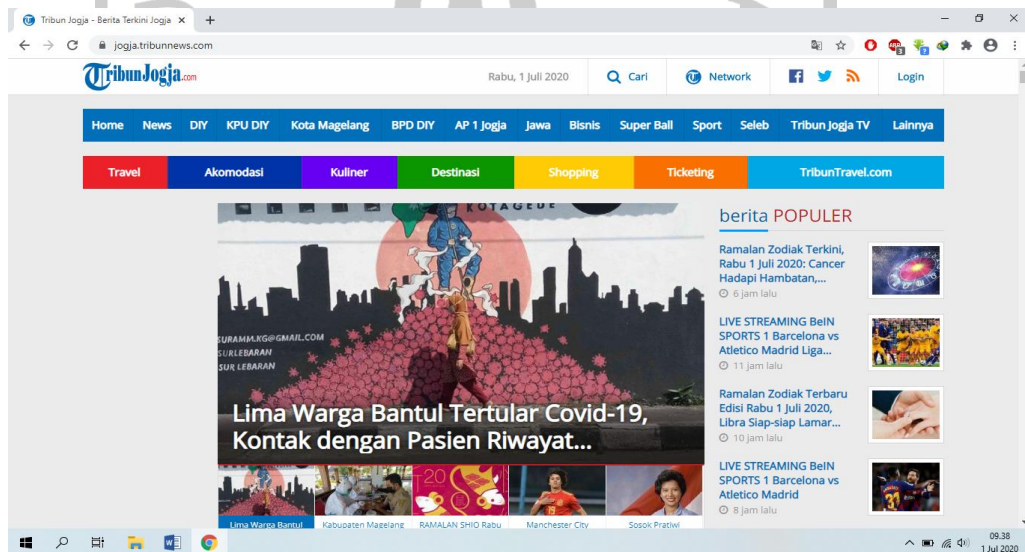
Menyajikan berbagai video jurnalisme yang diunggah dari Youtube. Ditulis di keterangan berupa penjelasan singkat sebagai pendukung video.

13) Travel

Menyajikan rekomendasi yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata. Pada bagian travel terdapat rubrik akomodasi (berisi penginapan, transportasi, dan informasi terkait protokol kesehatan ketika bepergian selama pandemi COVID-19), kuliner (berisi kuliner Yogyakarta dan sekitarnya, resep dan cara masak, tips-tips), destinasi (berisi tempat wisata dan info *traveling*), *shopping* (berisi kerajinan dan dunia belanja), dan *ticketing* (berisi info, jadwal penerbangan, dan promo).

14) Lainnya

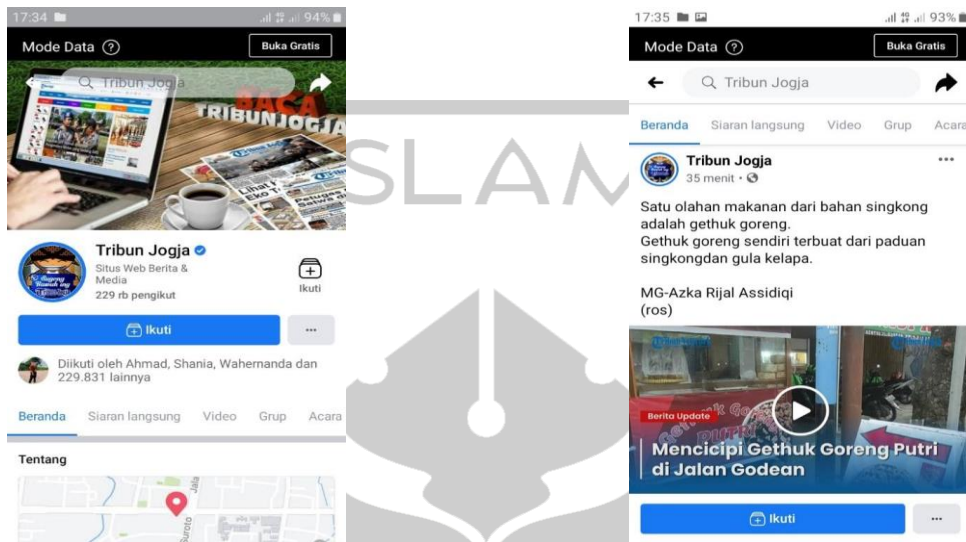
Menyajikan liputan topik selain yang disebutkan di atas yaitu *hotline*, *epaper*, *citizen reporter*, *lifestyle*, otomotif, *techno*, kesehatan, dan indeks berita.



Gambar 2.7 Website Tribun Jogja

c. Facebook

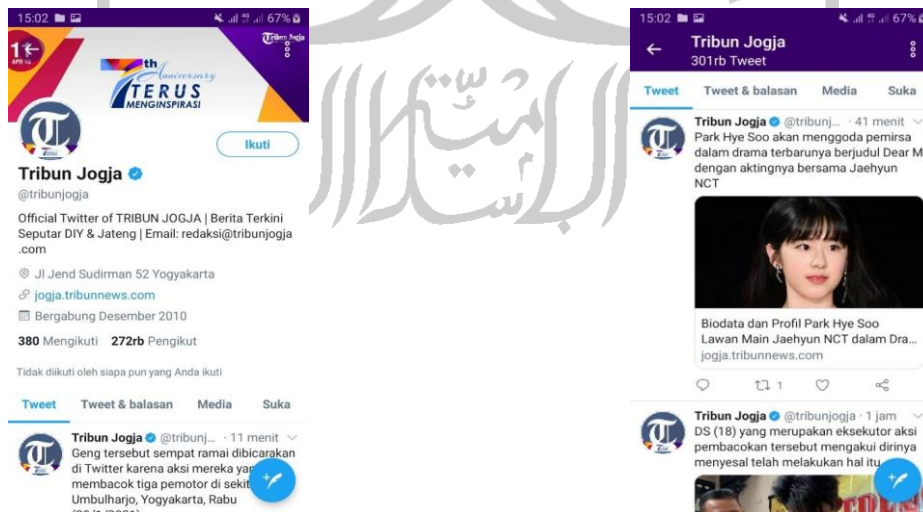
Konten-konten yang disajikan berupa foto dan video liputan disertai dengan keterangan singkat, infografis, lowongan pekerjaan, iklan, dan konten yang mengarah ke situs web. Selain itu, terdapat video siaran langsung yang diunggah ulang. Infografis berisi konten *feature* sedangkan *hard news* mayoritas diarahkan ke situs web.



Gambar 2.8 Facebook Tribun Jogja

d. Twitter

Konten di Twitter mengarah ke situs web. Sesekali mengunggah foto disertai dengan keterangan singkat atau *thread* (utas) apabila dirasa cukup panjang mengingat Twitter membatasi hanya sampai 280 karakter. Terdapat pula konten yang mengarahkan pengikut ke kanal Youtube.



Gambar 2.9 Twitter Tribun Jogja

e. Instagram

Konten di Instagram menyajikan *feeds* yang rapi dengan warna senada khas Tribun Jogja yaitu biru. Berisi foto dokumentasi dan video panjang yang diunggah melalui fitur IG TV, Tribun Jogja membubuhkan judul singkat di halaman konten sehingga pengunjung dapat mengetahui gambaran isi dari berita yang diunggah tanpa harus mengklik satu-satu. Jenis kontennya bermacam-macam. Tidak hanya *hard news* atau *feature*, terkadang diselingi lowongan pekerjaan dan iklan. Keterangan lebih lanjut ditulis di *caption* dengan bahasa yang ringan, singkat, serta jelas.

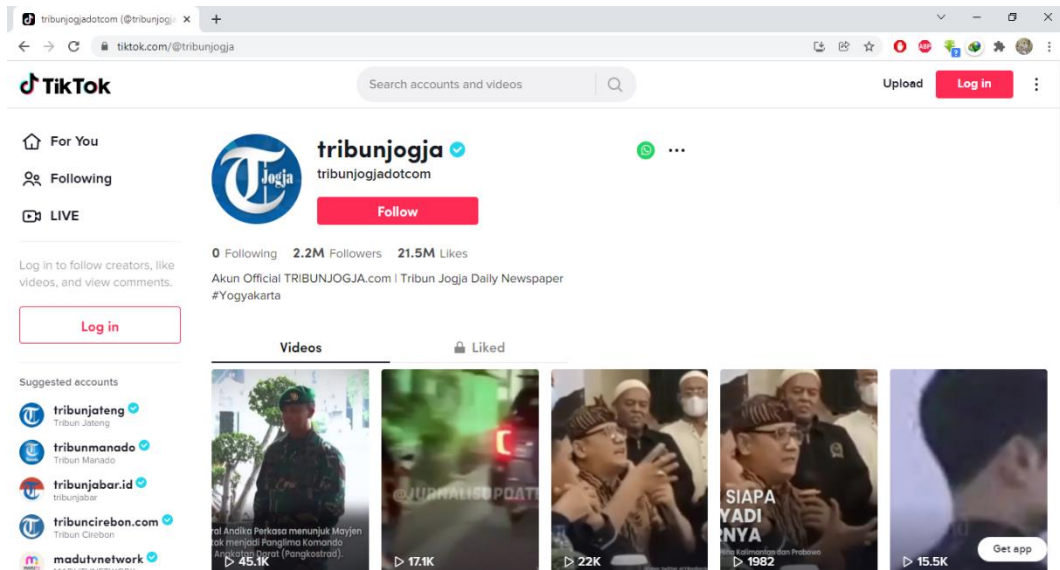


Gambar 2.10 Instagram Tribun Jogja

f. TikTok

Konten berisi video dengan durasi 1-5 menit. Setiap video disertai penjelasan berupa tulisan dan *voice over*. Menurut pengamatan peneliti, konten TikTok Tribun Jogja berbentuk video jurnalistik yang informatif. Jumlah penonton mencapai ribuan bahkan jutaan. Netizen juga terlibat aktif di kolom komentar. Bisa dibayangkan, Tribun Jogja memanfaatkan TikTok untuk menyebarkan berita dengan baik (gambar di halaman selanjutnya).

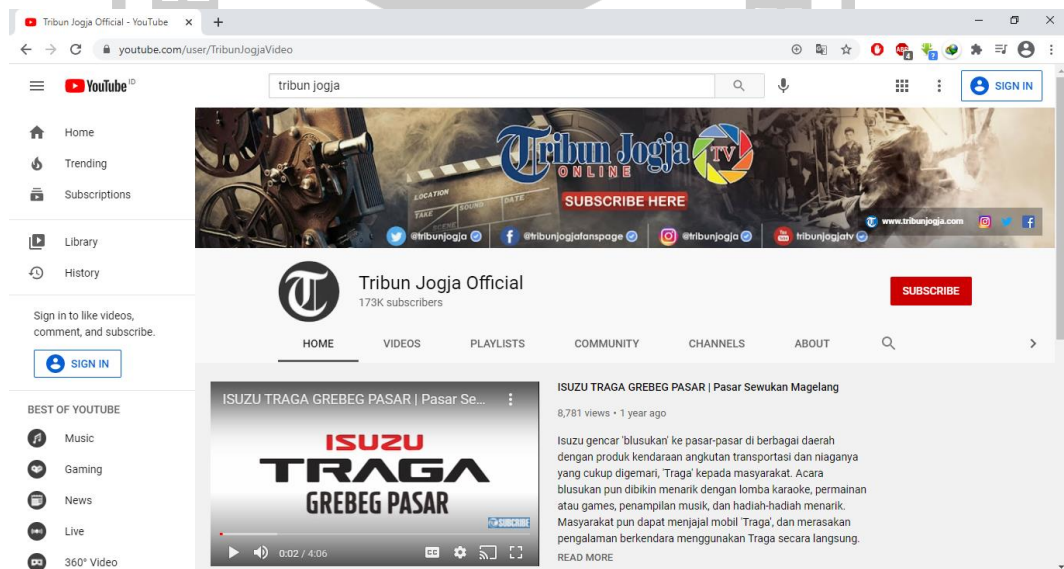




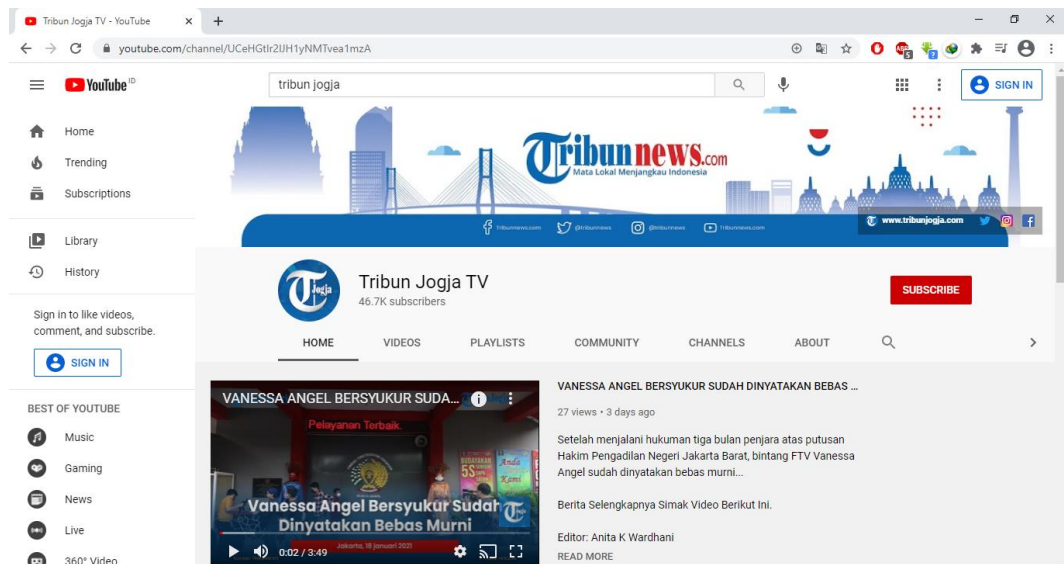
Gambar 2.11 TikTok Tribun Jogja

g. Youtube

Tribun Jogja memiliki dua kanal Youtube. Pertama, Tribun Jogja Official yang memuat unggahan video berdurasi panjang seperti *live streaming*, bincang-bincang, dan video blog. Kedua, Tribun Jogja TV yang berisi video-video jurnalisme *hard news* maupun *soft news* dengan durasi kurang dari lima menit disertai penjelasan berupa tulisan di sepanjang video.



Gambar 2.12 Youtube Tribun Jogja Official



**Gambar 2.13 Youtube Tribun Jogja TV**

## **C. Profil Kedaulatan Rakyat**

### **1. Sejarah Kedaulatan Rakyat**

Kedaulatan Rakyat adalah surat kabar tertua di Indonesia yang terbit di Yogyakarta sejak tahun 1945. Sejarah berdirinya Kedaulatan Rakyat tidak lepas dari masa penjajahan Jepang di Indonesia. Sebelum muncul Kedaulatan Rakyat, sekitar tahun 1930-an (masih pendudukan Belanda) ada surat kabar lokal dengan huruf latin berbahasa Jawa yang terbit setiap sore hari dan beredar di Yogyakarta bernama Sedyta Tama. Surat kabar tersebut diterbitkan oleh penerbit Mardi Moelja. Pada masa pendudukan Jepang media massa seperti surat kabar, majalah, radio, film, dan lain-lain dikuasai oleh Jepang. Surat kabar dan majalah yang tidak mendapat izin istimewa dilarang terbit. Tahun 1942, barisan propaganda Jepang (Sendenbu) membiarkan surat kabar Sedyta Tama terbit dengan syarat diubah memakai bahasa Indonesia. Banyaknya tekanan dari militer Jepang membuat direksi penerbitan Sedyta Tama, R. Roedjito menghentikan penerbitan surat kabar tersebut. Kemudian pihak Jepang mendirikan harian Sinar Matahari yang terbit pertama kali tanggal 1 Juli 1942. Kantor harian Sinar Matahari berlokasi di selatan Hotel Garuda, Jalan Malioboro, Yogyakarta. Pekerja yang bekerja di surat kabar milik Jepang tersebut di antaranya Bramono (mantan Pemimpin Redaksi Sedyta Tama), Soemantoro, dan Samawi (wartawan dan guru Taman Siswa).

Seiring dengan perjuangan kemerdekaan Indonesia, terbitan harian Sinar Matahari tidak lagi berorientasi pada propaganda dan kepentingan Jepang. Berita yang

dimuat contohnya Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia tanggal 17 Agustus 1945, pernyataan Sultan Hamengkubuwana IX dan Paku Alam VIII yang menyatakan mendukung pemerintahan Republik Indonesia, dan seruan-seruan semangat juang para pemuda dalam mempertahankan kemerdekaan Indonesia. Untuk mengantisipasi terjadinya manipulasi informasi oleh Jepang ketika hubungan Indonesia dan Jepang sedang memanas, harian Sinar Matahari disegel. Harian Sinar Matahari hanya bertahan selama tiga tahun. Penyegekan memberikan dampak buruk bagi masyarakat Yogyakarta. Mereka menjadi buta informasi. Samawi dan kawan-kawan pejuang bertekad menerbitkan surat kabar baru dan membuka segel harian Sinar Matahari.

Pada tanggal 26 September 1945 *layout* surat kabar telah dikerjakan namun belum menemukan nama yang cocok untuk surat kabar tersebut. Soemantoro dan Samawi menghadap ke ketua Komite Nasional Indonesia Daerah Yogyakarta, Soedarisman Poerwokoesoemo untuk meminta usulan nama. Kedaulatan Rakyat adalah nama yang dipilih. Esoknya, hari Kamis Kliwon tanggal 27 September 1945 bertepatan dengan 40 hari setelah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia surat kabar Kedaulatan Rakyat resmi terbit. Gedung Kedaulatan Rakyat menempati bekas kantor harian Sinar Matahari. Susunan pengelola Kedaulatan Rakyat saat pertama kali surat kabar tersebut didirikan adalah Bramono sebagai pemimpin umum, Soemantoro sebagai pemimpin redaksi, Samawi sebagai wakil pemimpin redaksi, Soeprijo Djojosoepadmo dan Mardisisworo sebagai staf redaksi.

Kiprah surat kabar Kedaulatan Rakyat pernah mengendur ketika tahun 1947 disebabkan hengkangnya beberapa tokoh utama. Samawi yang masih bertahan mengajak Madikin Wonohito untuk membangkitkan Kedaulatan Rakyat dan berhasil. Pada tahun 1950, kantor redaksi Kedaulatan Rakyat pindah ke Jalan P. Mangkubumi no.40-46 Yogyakarta atas izin Sultan Hamengkubuwana IX yang sebelumnya digunakan sebagai Kantor Sosial Republik Indonesia. Sampai peneliti melakukan penelitian ini, kantor redaksi Kedaulatan Rakyat tidak berpindah.

Tahun 1966, surat kabar Kedaulatan Rakyat sempat berganti nama menjadi Dwikora. Alasannya, dianggap lebih umum dan aman setelah pemberontakan G30S (Gerakan 30 September) 1965. Nama Dwikora dipakai selama 59 edisi. Setelah itu, kembali lagi dengan nama Kedaulatan Rakyat hingga saat ini. Kedaulatan Rakyat yang disingkat KR oleh warga lokal memiliki *tagline* "Suara Hati Nurani Rakyat". Maknanya, selalu berusaha menyuarakan hati nurani rakyat pada setiap tindakan. Sekecil apapun kebaikan yang diperbuat, dapat bermakna besar bagi orang lain.



Kedaulatan Rakyat menjunjung tinggi semboyan *migunani tumraping liyan* yang artinya bermanfaat bagi sesama.

Situs berita online Kedaulatan Rakyat dapat diakses di [krjogja.com](http://krjogja.com). Pada awalnya, Kedaulatan Rakyat hanya memindahkan berita dari versi cetak ke versi online dengan URL [kr.co.id](http://kr.co.id). Pada tanggal 1 Juni 2009 dibuatlah portal baru dengan menambahkan pemberitaan edisi News Aktual serta kanal-kanal lainnya. Situs online menyajikan berita yang *up to date* dan *real time*. Sebagai media lokal, Kedaulatan Rakyat ingin mengangkat nilai-nilai budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain surat kabar Kedaulatan Rakyat, PT-BP Kedaulatan Rakyat Group memiliki produk jurnalistik lain yaitu Koran Merapi, Koran Minggu Pagi, dan KR Radio yang mengudara di saluran 107.2 FM. Sebagai upaya mengikuti perkembangan teknologi, Kedaulatan Rakyat mempunyai akun media sosial berupa Instagram (@krjogjadotcom), Twitter (@KRjogjadotcom), Facebook (KRjogja.com Media Kedaulatan Rakyat Group), TikTok (@kedaulatanrakyat), dan Youtube dengan *username* Kedaulatan Rakyat TV.

## **2. Semboyan Kedaulatan Rakyat**

Suara Hati Nurani Rakyat

## **3. Visi dan Misi Perusahaan**

### **VISI**

Kedaulatan Rakyat siap mencari dan menyampaikan informasi secara objektif dan berimbang. Kedaulatan Rakyat diharapkan mampu menyentuh semua lapisan masyarakat sehingga menjadi surat kabar yang dapat dipercaya serta berkomitmen. Wartawan Kedaulatan Rakyat berusaha memberikan isi surat kabar yang menarik dan menjalin hubungan seluas-luasnya.

### **MISI**

Menjadi media yang menyajikan berita aktual dan terbaik bagi pembacanya. Kedaulatan Rakyat menggunakan bahasa yang lugas dan mudah dimengerti karena pembacanya berasal dari berbagai kalangan dan lapisan masyarakat dengan tingkat pendidikan yang berbeda.

## **4. Gambaran Konten Kedaulatan Rakyat**

Kedaulatan Rakyat memiliki beragam konten di antaranya berita lokal, nasional, mancanegara, infografis, gaya hidup, *entertainment*, dan pariwisata. Porsi berita lokal lebih banyak mengingat Kedaulatan Rakyat adalah surat kabar yang beredar di DIY dan sekitarnya. Konten-konten tersebut disebarluaskan melalui platform yang dimiliki

Kedaulatan Rakyat yaitu surat kabar konvensional, situs web, dan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube.

a. Rubrikasi surat kabar

Kedaulatan Rakyat terbit dengan 16 halaman setiap Senin-Kamis. Pada hari Jumat dan Sabtu bertambah empat halaman menjadi 20 halaman. Sedangkan, khusus hari Minggu tampil lebih sedikit dengan 12 halaman. Kedaulatan Rakyat dapat diakses secara digital (*e-paper*) di laman [kr.co.id/epaper](http://kr.co.id/epaper) dengan *login* terlebih dahulu. Rincian rubrik Kedaulatan Rakyat yaitu halaman utama (*headline*) memuat berita-berita regional, nasional maupun internasional yang sedang hangat diperbincangkan. Disertai foto atau infografis sebagai penunjang berita. Di pojok kanan bawah terdapat segmen kecil Sungguh Sungguh Terjadi khas Kedaulatan Rakyat memuat kiriman warga tentang pengalaman atau kejadian unik yang terkadang mengocok perut. Rubrik Yogyakarta memuat kejadian atau peristiwa di wilayah liputan Kota Yogyakarta. Begitu pula dengan rubrik Sleman, Bantul, Gunungkidul, dan Kulonprogo. Rubrik Jawa Tengah memuat berita regional Jawa Tengah. Rubrik lanjutan memuat berita sambungan dari halaman utama (*headline*). Rubrik Pranatan Anyar yang dalam bahasa Indonesia artinya aturan baru menyajikan informasi seputar pandemi COVID-19 mulai dari gaya hidup, perekonomian, pendidikan, sampai protokol kesehatan.

Rubrik Lingkar Yogya memuat peristiwa yang terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta secara keseluruhan. Rubrik Pendidikan memuat berita dari dunia pendidikan baik sekolah dasar, sekolah menengah hingga pendidikan tinggi. Dalam rubrik Pendidikan terdapat sub-rubrik Ekonomi yang memuat antara lain perbankan, ketenagakerjaan, pembangunan, dan UMKM. Rubrik Opini sebagai wadah masyarakat untuk bersuara. Dalam rubrik ini ada kolom tajuk rencana, pikiran pembaca, dan pojok KR. Kolom pikiran pembaca dapat ditulis oleh siapapun dari latar belakang apapun. Rubrik Iklan Cilik menyajikan iklan baris, lowongan pekerjaan, jadwal film bioskop, teka-teki silang (TTS), jadwal penerbangan, jadwal kereta api, acara televisi, dan cerita bersambung berjudul Api di Bukit Menoreh. Rubrik Internasional memuat berita luar dan dalam negeri. Rubrik Olahraga memuat informasi seputar dunia olahraga baik regional, nasional maupun internasional. Berisi hasil pertandingan, kehidupan para atlet serta pembangunan sarana dan prasarana olahraga.

Rubrik Derap Nusantara memuat berita nasional yang dikutip dari kantor berita Antara. Rubrik Pustaka menyajikan *review* suatu buku yang diulas oleh masyarakat umum. Rubrik Migunani memberi wadah bagi orang-orang yang membutuhkan bantuan. Diharapkan pembaca terketuk pintu hatinya untuk mengulurkan tangan. Rubrik Budaya memuat tulisan seputar kebudayaan, sastra contohnya. Masyarakat dapat mengirim puisi, cerita pendek, dan lain-lain. Rubrik Kaca memberikan ruang bagi karya siswa berupa liputan jurnalistik, puisi, dan cerita anak. Rubrik Digital menyajikan informasi terkait perkembangan dunia digital dan otomotif. Rubrik Gaya Hidup memuat gaya kehidupan modern atau inovasi produk. Rubrik Perbintangan mengulas ramalan zodiak selama satu minggu ke depan. Diikuti iklan perhotelan di Yogyakarta. Rubrik Wisata menyajikan rekomendasi tempat wisata alam dan kuliner. Rubrik Liputan Khusus memuat berita-berita penting di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jenis *feature*. Rubrik Husada memuat informasi seputar kesehatan dan tips-tips menjaga tubuh. Diikuti sub-rubrik Keluarga yang menyajikan informasi mengenai kehidupan dalam keluarga serta tumbuh kembang anak. Rubrik Kulineria menyajikan berbagai resep masakan dan iklan hotel, resto, kafe, oleh-oleh maupun *tour and travel*. Rubrik Empon-Empon menyajikan berbagai informasi tentang obat atau ramuan tradisional yang berkhasiat.

b. Situs web (*website*)

1) Home

Menyajikan liputan *headline* (berita utama) mencakup berita-berita terbaru dan penting dalam lingkup regional, nasional, dan internasional.

2) Berita Terkini

Menyajikan berita-berita regional, nasional bahkan internasional yang sedang ramai diperbincangkan.

3) Berita Lokal

Menyajikan liputan berita lokal yang mencakup wilayah DIY dan Jawa Tengah.

4) Kisah Inspiratif

Menyajikan informasi tentang tokoh inspiratif dan inovatif, diharapkan dapat menginspirasi pembaca. Kisah yang ditulis berupa prestasi, seni, sosok serta pemikirannya, dan wirausaha.

## 5) Angkringan

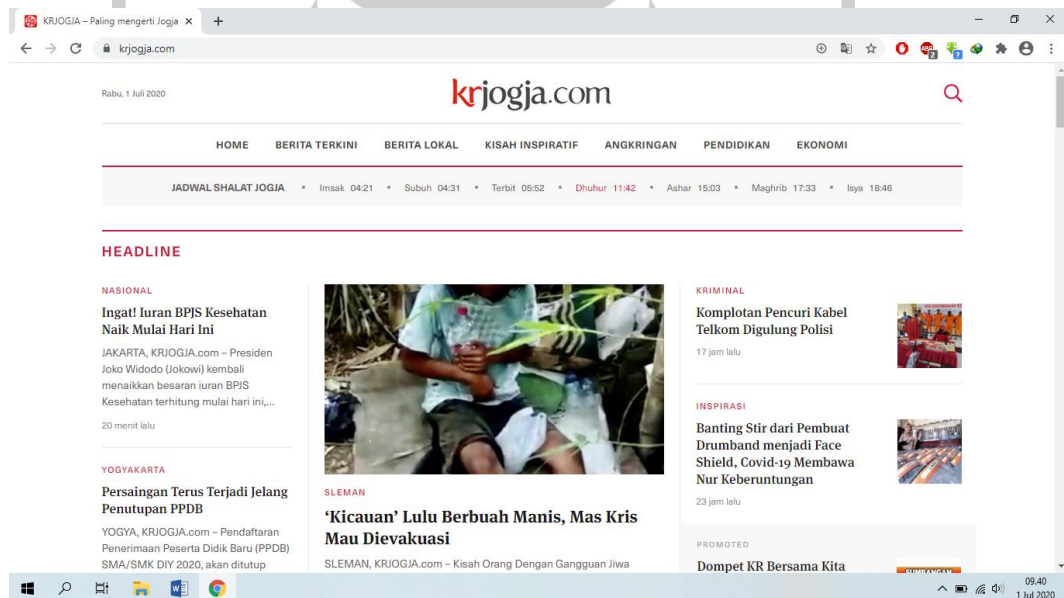
Menyajikan liputan berita gado-gado alias bermacam-macam. Jogja khas dengan angkringan. Di angkringan orang-orang saling bertukar cerita atau informasi. Begitu pula dalam rubrik ini. Berisi informasi seputar teknologi, kesehatan, karier, referensi belanja, dan lain-lain. Terdapat sub-rubrik Agenda Jogja, Analisis KR, Cerita Lensa, Gaya Hidup, Hikmah Ramadan, Historia, Komunitas, Misteri, dan Opini.

## 6) Pendidikan

Menyajikan liputan seputar dunia pendidikan dari sekolah dasar, sekolah menengah hingga perguruan tinggi antara lain kebijakan selama pandemi COVID-19 dan pengabdian kampus.

## 7) Ekonomi

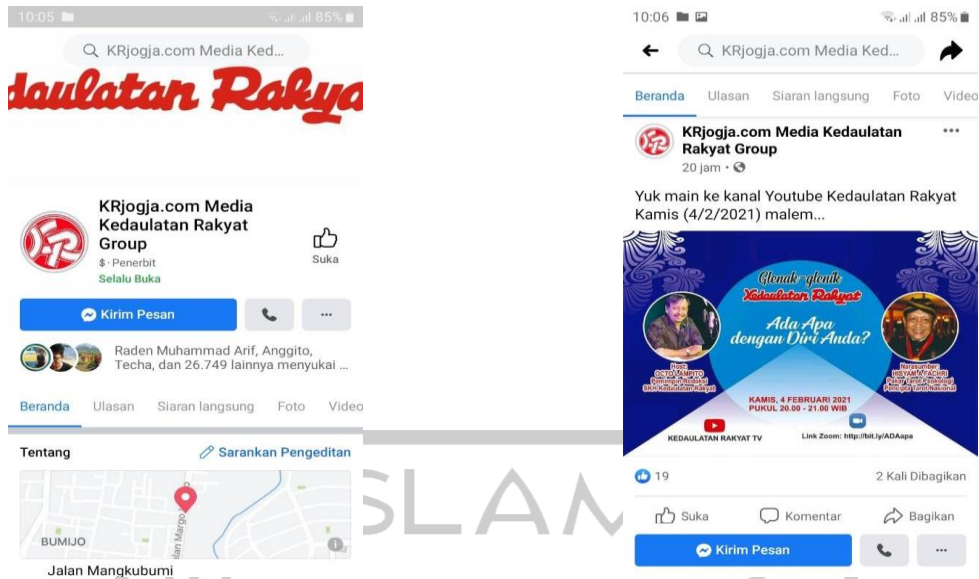
Menyajikan berita ekonomi yang meliputi bisnis, inspirasi, keuangan, dan properti.



Gambar 2.14 Website Kedaulatan Rakyat

### c. Facebook

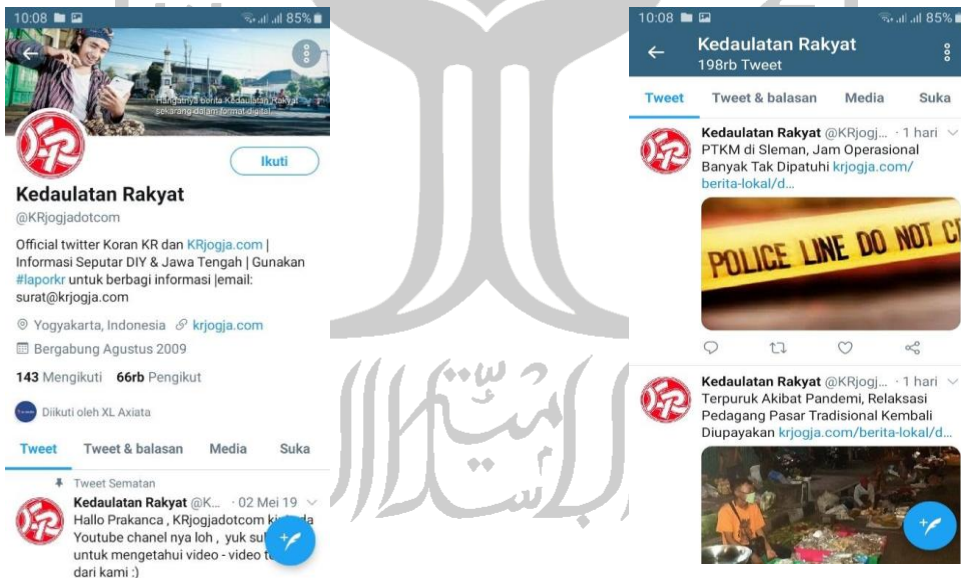
Konten-konten mayoritas diarahkan ke situs web. Terkadang diselingi dengan iklan. Beberapa siaran langsung diunggah ke Facebook. Foto-foto dokumentasi dengan berita pendek juga ditemukan dalam akun tersebut. Foto dan video yang diunggah ke Facebook hampir sama dengan konten Instagram. Kedaulatan Rakyat memanfaatkan fitur Facebook Story untuk mengunggah informasi dalam jangka waktu 24 jam.



Gambar 2.15 Facebook Kedaulatan Rakyat

d. Twitter

Konten di Twitter diunggah dengan judul berita dan disertakan foto yang diarahkan ke situs web. Jarang terlihat adanya interaksi antar netizen atau netizen dengan admin. Tidak ada video yang diunggah dalam akun tersebut. Peneliti menilai kurang interaktif karena hanya membagikan *link* berita dari situs web saja.

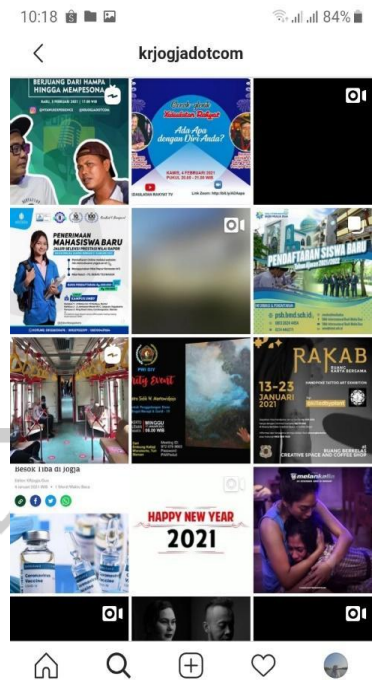


Gambar 2.16 Twitter Kedaulatan Rakyat

e. Instagram

Foto-foto dan video yang diunggah bermacam-macam mengingat Instagram adalah media audio visual. Kedaulatan Rakyat memanfaatkan dengan baik fitur IG Story dan IG TV untuk video berdurasi panjang. Selain berita, disuguhkan pula iklan, *event* Jogja, dan kuis berhadiah.

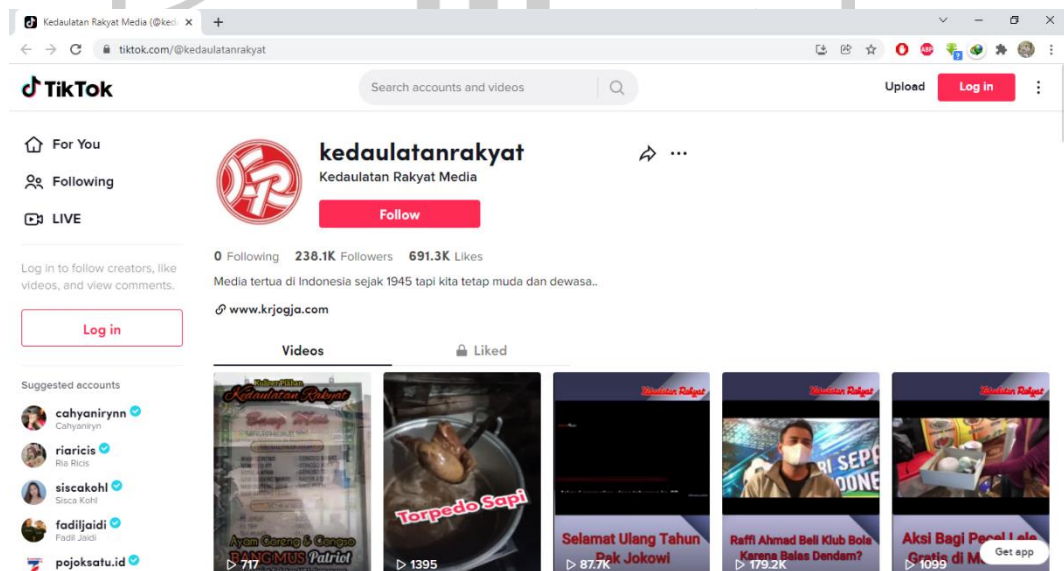




Gambar 2.17 Instagram Kedaulatan Rakyat

f. TikTok

Video berdurasi satu menit memuat informasi-informasi baik *hard news*, *soft news* maupun *feature*. Konten dilengkapi dengan keterangan di sepanjang video bahkan ada beberapa video yang ditambah *voice over*. Isi konten beragam berupa berita terkini, hiburan, kuliner, dan lain-lain.

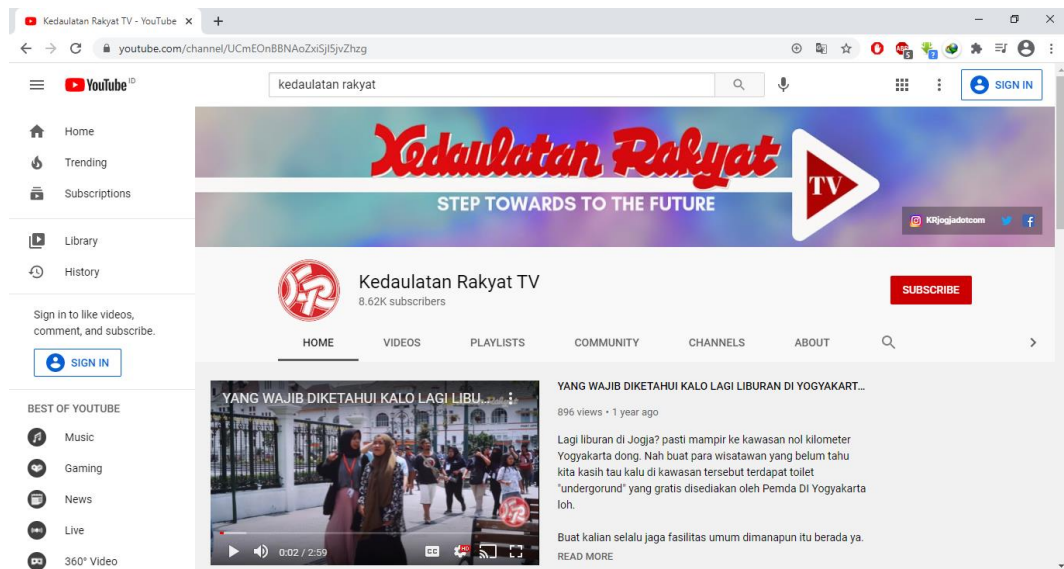


Gambar 2.18 TikTok Kedaulatan Rakyat

g. Youtube

Kanal Youtube Kedaulatan Rakyat dibuat tahun 2014 menyajikan video-video jurnalisme seperti *hard news* maupun *feature*. Di dalam video diselipkan

wawancara dengan tokoh terkait dan *footage* lumayan banyak. Sehingga, video tidak terkesan diulang-ulang. Selain berita terdapat pula unggahan webinar.



Gambar 2.19 Youtube Kedaulatan Rakyat





## BAB III

### TEMUAN & PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti menguraikan secara detail temuan dan pembahasan penelitian dari hasil wawancara tentang manajemen multiplatform dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah dilakukan di Kantor Redaksi Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat serta studi pustaka dari berbagai sumber. Data-data yang terkumpul dijabarkan dengan metode kualitatif deskriptif kemudian dianalisis menggunakan teori yang sejalan dengan data temuan.

#### A. Temuan

Fokus utama penelitian ini adalah tahap-tahap manajemen redaksi Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat yang telah menerapkan multiplatform dalam liputan isu pembangunan infrastruktur yaitu tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Perubahan-perubahan yang terjadi pada industri media massa mau tidak mau harus dihadapi salah satunya disrupsi digital yaitu fenomena yang menimbulkan inovasi dan perubahan pemahaman dari konvensional ke sistem digital. Disrupsi mengubah teknologi lama yang banyak menggunakan fisik ke teknologi digital sehingga menghasilkan sesuatu yang baru, bermanfaat serta lebih efisien dan cepat (Udayana, 2020). Misalnya, informasi yang dulu hanya ditampilkan di surat kabar konvensional kini ada juga di platform online seperti situs web dan media sosial. Hal ini ditemukan peneliti pada ketiga media yang diteliti, yakni adanya penggunaan platform online selain platform konvensional.

#### 1. Manajemen Redaksi Multiplatform dalam Isu Pembangunan Tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta

Pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen menjadi isu yang cukup ramai diperbincangkan oleh warga lokal karena tol akan dibangun pertama kali di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Supaya aktivitas penggalan informasi oleh media massa terstruktur dan bisa memberi informasi yang berkualitas, diterapkan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Peneliti menjabarkan bagaimana fungsi manajemen diterapkan dalam ruang redaksi Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat untuk pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## a. Harian Jogja

Adaptasi Harian Jogja dipengaruhi oleh perkembangan zaman dan teknologi serta media yang menjadi minat konsumen berita saat ini. Persebaran internet yang pesat mengakibatkan masyarakat mulai mencari dan membaca informasi melalui gawai. Oleh karena itu, Harian Jogja mengembangkan platform digital di samping surat kabar. Digital dalam bentuk pelaporan berita (*voice*) melalui radio, media sosial, dan produksi berita online. Khusus radio, Harian Jogja merupakan penyokong Star Jogja FM. Harian Jogja merambah ke platform online yaitu situs web tahun 2009 tetapi menerapkan konsep multiplatform secara penuh mulai tahun 2015.

### 1) *Planning* (perencanaan)

Setiap hari, Harian Jogja mengadakan dua kali rapat redaksi. Pertama, rapat pada pukul 20.00 sebagai awal tahap perencanaan. Perencanaan media cetak dan media online Harian Jogja disamakan. Penentuan berita yang akan dinaikkan oleh tim online menyesuaikan dengan tema atau isu yang ditentukan saat rapat redaktur pada malam hari. Apabila ada tugas untuk meliput isu tertentu, reporter lapangan diinformasikan langsung setelah rapat redaksi. Tahap perencanaan Harian Jogja terhadap pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di semua platform sama karena isu tersebut merupakan agenda yang sudah terencana.

Tetapi, ada kalanya tim redaksi yang bekerja untuk media online (situs web dan media sosial) mempunyai perencanaan tersendiri menyesuaikan kebutuhan pembaca online. Misal, terjadi peristiwa yang tidak terduga maka dalam pelaksanaan ada perbedaan karena online memperhitungkan kecepatan. Realitanya, belum tentu isu yang direncanakan untuk surat kabar selalu menjadi isu utama bagi platform online. Bisa jadi platform online mengikuti isu lain yang berbeda dengan cetak karena porsi berita online lebih banyak daripada yang dapat diakomodasi di media cetak.

*“ ... tapi kalau berita secara umum biasanya kalau peristiwa-peristiwa cepat misalnya penangkapan teroris gitu ya atau kecelakaan atau peristiwa-peristiwa yang nggak direncanakan di cetak langsung ditangani sama tim online nah nanti kita koordinasinya nggak lewat rapat lagi, kita di online kan ada Whatsapp group ya nanti koordinasinya di situ di online biar lebih cepat.”* (Wawancara, Budi, 1 April 2021).

Kedua, rapat *budgeting* yang diselenggarakan pukul 15.00 membahas apakah perencanaan yang didiskusikan pada malam hari kemarin tereksekusi dengan baik. Tolok ukur untuk mengetahui apakah perencanaan tereksekusi dengan baik didahului dengan *listing* oleh reporter. Masing-masing reporter pada pukul 14.45 harus sudah memberikan *listing*.

Rapat redaksi harian di Harian Jogja diikuti oleh pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, dan redaktur. Selain dari redaksi, wartawan dapat berinisiatif bagaimana menggambarkan situasi lapangan dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan *angle* berita mengacu pada nilai-nilai berita serta berdampak besar bagi kepentingan publik. Harian Jogja sepakat dan memiliki perspektif positif tentang pembangunan tol baik tol Jogja-Solo maupun Jogja-Bawen. Sikap tersebut diterapkan pada semua platform yang dimiliki Harian Jogja. Rapat redaksi harian dilakukan via Whatsapp.

Selain rapat redaksi harian, ada rapat bulanan yang diselenggarakan secara virtual via aplikasi Zoom. Masing-masing redaktur mengusulkan presentasi untuk bulan depan. Pekerjaan dilakukan secara daring oleh redaktur dan reporter menggunakan aplikasi FTP. Jurnalis Harian Jogja dapat mengakses, memasukkan file, dan mengedit folder dalam aplikasi tersebut.

Fasilitas yang disediakan Harian Jogja dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta antara lain komputer kantor, studio dan alat-alat seperti kamera yang dikelola tim aktivasi digital, pelatihan kepada reporter baru yaitu pelatihan mengambil gambar untuk kebutuhan media sosial maupun media cetak, dan pelatihan bagaimana mengucapkan sapaan kepada pendengar, intonasi, dan bahasa yang digunakan dalam liputan radio. Masing-masing reporter dialokasikan tunjangan seratus ribu rupiah untuk kuota internet, selebihnya tidak ada peranti pribadi yang diberikan.

*“Jadi artinya, reporter Harian Jogja juga harus punya kemampuan untuk melaporkan secara langsung dari lapangan untuk kebutuhan reportase di radio. Dengan gaya yang ya memang bukan gaya pembawa berita radio ya dengan gaya khas masing-masing gitu tapi paling tidak ya itu tadi dia harus bisa melaporkan. Biasanya briefing-nya kan temen-temen di Harian Jogja ini untuk mengisi laporan langsung di radio ini kan briefing untuk bagaimana mengucapkan sapaan terus harus menyapa dengan pendengar, hai*

*pendengar kayak gitu-gitu. Kemudian di-briefing singkat jadi mereka ya penyampaian intonasi dan bahasa mereka gitu jadi tidak harus seperti seorang reporter radio dengan format di radio gitu tapi kita punya apa beban moral untuk membantu istilahnya saudara kita sesama, sesama satu grup gitu.” (Wawancara, Nugroho, 19 Maret 2021).*

Platform yang aktif digunakan oleh Harian Jogja untuk menyebarluaskan berita tentang pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah surat kabar, situs web, dan media sosial. Sesekali reporter di Harian Jogja membantu Star Jogja FM dalam melaporkan pemberitaan. Harian Jogja tidak memiliki target untuk anak muda. Menurut Harian Jogja, anak muda (terutama remaja) belum punya daya beli. Target Harian Jogja adalah usia-usia yang sudah punya daya beli yaitu kisaran umur 30-60 tahun.

*“Jadi nggak menasar anak SMA karena mereka tidak punya daya beli gitu dan kalau sudah dewasa pasti mereka juga akan mencari bacaan yang memang sesuai kebutuhan mereka gitu. Kebutuhan mereka di usianya gitu maksudnya usia udah usia kerja nggak mungkin mereka mencari informasi yang hanya berupa fun dan ini kan enggak. Pasti akan membutuhkan informasi yang lebih kompleks yang lebih mendetail tentang isu tertentu gitu karena mereka sudah akan masuk ke dunia kerja gitu kan. Tapi kalau untuk anak-anak SMA kita nggak menyediakan informasi untuk mereka.” (Wawancara, Nugroho, 19 Maret 2021).*

## 2) *Organizing* (pengorganisasian)

Di Harian Jogja, pemimpin redaksi membawahi redaktur pelaksana. Sejak 2014, posisi wakil pemimpin redaksi ditiadakan dalam struktur organisasi. Redaktur pelaksana membawahi redaktur (editor). Redaktur membawahi reporter masing-masing *desc*. Misal, redaktur *desc* Jogja membawahi reporter yang ditempatkan di Kota Jogja. Redaktur berjumlah sembilan orang dengan rincian empat orang redaktur surat kabar, dua orang redaktur online, dan yang lainnya tim aktivasi digital (termasuk *uploader*). Tim aktivasi digital memproduksi konten digital yang diunggah ke media sosial termasuk *talkshow* dan *live streaming*. Mereka dibekali kamera semi profesional. Selain yang sudah disebutkan, Harian Jogja memiliki dua fotografer handal.

Reporter Harian Jogja bekerja untuk semua platform, cetak dan online. Tidak ada *desc* tersendiri dalam meliput pembangunan tol. Reporter yang meliput pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen adalah reporter yang

bersinggungan dengan isu tol itu sendiri yaitu reporter yang ditempatkan di *desc* Sleman karena Kabupaten Sleman merupakan wilayah yang dilewati tol, *desc* provinsi karena ada relasi dengan Bappeda atau Sekda DIY, dan *desc* ekonomi bisnis karena ada relasi dengan Jasamarga.

*“Jadi yang kena jatah untuk menulis isu tol pastinya reporter yang ditempatkan di Sleman, dan reporter yang ditempatkan di ekonomi bisnis dengan relasi Jasamarga dan reporter yang ditempatkan di Pemda DIY dengan relasi Sekda DIY, Bappeda itu aja.”*  
(Wawancara, Nugroho, 19 Maret 2021).

Pembagian jam kerja redaksi online dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Harian Jogja berdasarkan *shift*. Penentuan *shift* menurut waktu mengunggah berita yaitu pukul 08.00-16.00, pukul 12.00-20.00, pukul 18.00-02.00, dan lain sebagainya. Redaksi online dituntut menguasai semua isu tidak hanya isu tol saja karena keterbatasan sumber daya manusia, jam kerja bergilir, dan tuntutan media online yang *stand by* 24 jam. Apabila ada peristiwa yang terjadi pada dini hari, redaktur online harus siap sedia. Bagi *uploader*, masing-masing individu sudah terpola deskripsi pekerjaannya. Misal, *uploader* A khusus media sosial Instagram, *uploader* B khusus media sosial Facebook sehingga pekerjaan tidak tumpang tindih.

Redaksi Harian Jogja menerapkan perputaran penempatan (*rolling*) paling lama dua tahun. Alasannya, dua tahun dianggap terlalu zona nyaman sehingga reporter dan atau redaktur susah berkembang. Dalam redaksi online, *uploader* ada pergantian *shift* setiap minggu. Sedangkan, redaktur online tidak ada pergantian *shift* karena mereka menentukan berita utama. Dua redaktur online di Harian Jogja bekerja pukul 12.00-20.00 dan 16.00-00.00.

### 3) *Actuating* (pelaksanaan)

Reporter dituntut untuk mengerjakan produk multiplatform (cetak, online, dan siaran radio). Reporter harus bisa merekam video dan memotret saat liputan, tetapi tidak semua yang diliput harus ada videonya. Video dibutuhkan apabila ada momen menarik atau penting, biasanya berdasarkan permintaan. Potongan video dan foto-foto diolah oleh tim aktivasi digital menjadi video panjang yang diunggah ke Youtube atau video pendek yang diunggah ke Instagram. Reporter bahkan harus bisa melaporkan secara langsung (*live report*) di tempat kejadian untuk siaran radio Star Jogja FM.

“Video itu kalau momen-momennya menarik aja. Jadi nggak semua yang dia liput harus ada videonya. Jadi biasanya by request ya, by request misalnya Pilkada gitu tolong ya ambil gambar singkat-singkat, tokoh-tokoh penting yang datang ke situ yang sedang mencoblos gitu atau mereka sedang proses pemungutan suara di situ gitu, itu ada by request-nya. Nggak setiap apa yang dia liput harus diambil gambarnya dan dia tau sih mana yang... kalau temen-temen reporter kan udah tau mana yang akan menarik untuk dipakai di medsos gitu fotonya harus diambil tu mereka tau.” (Wawancara, Nugroho, 19 Maret 2021).

Alur pelaksanaan reporter dalam mencari informasi mengenai isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta dimulai sejak ditugaskannya reporter setelah rapat redaksi pada malam hari. Pagi hingga sebelum pukul 15.00 reporter mengumpulkan berbagai informasi. Apabila butuh ke lapangan, reporter ke lapangan. Jika terkendala jarak, reporter dapat menghubungi narasumber via telepon. Pukul 14.45 reporter setor rancangan dalam satu paragraf ke ruang redaksi, berisi penjelasan alur berita yang akan ditulis. Istilah ini disebut *listing*. Rancangan dirapatkan terlebih dahulu dalam rapat redaksi kedua yaitu rapat *budgeting*. Pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, dan redaktur menelaah isu-isu yang disetor oleh reporter. Rapat *budgeting* memutuskan berita-berita mana saja yang memenuhi kriteria untuk dicantumkan di halaman utama surat kabar. Kriteria dipilih berdasarkan kualitas berita seperti data kuat, data akurat, dan apakah data menjawab kepentingan publik. Apabila data yang diperoleh reporter biasa saja (tidak terlalu kuat) berita akan dicantumkan di halaman dalam. Isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak setiap hari ada. Setelah mendapat umpan balik, reporter dapat melanjutkan menulis berita sampai batas waktu yang ditentukan. Reporter menulis minimal tiga berita per hari. Proses mengolah informasi menjadi satu berita utuh membutuhkan waktu 30 menit. Sumber informasi harus dicek kebenarannya, keakuratannya, dan keaktualannya. Sebisa mungkin apabila ada data angka, cantumkan angka yang pasti. Misal, memberi informasi kepada pembaca berapa orang yang terdampak pembangunan tol. Hindari menulis bilangan puluhan, ratusan tetapi cantumkan angka pasti. Harian Jogja menerapkan prinsip A, B, C ketika produksi berita yaitu A (aktual dan akurat), B (*brief and balance*), dan C (*clear and complete*).



*“Kalau data angka misalnya untuk Jogja-Bawen itu berapa sih yang terdampak. Kalau disebut yang terdampak satu kampung itu puluhan, nah puluhan ini kan ada angka. Nah kita cari angkanya itu lho pakai data bisa dipastikan. Ada itu lho ada angka kan enak. Jadi warga yang tidak terdampak supaya ooo jumlah yang terdampak 70 orang gitu lho. Di lain itu kan tidak terlalu kebingungan atau tidak perlu khawatir yang terdampak bukan 100 orang tapi puluhan jadi pasti. Ketika kita sudah dapat angka yang pasti itu biar enak. Bukan puluhan, bukan ratusan. Nah kita ini liatnya data-data seperti itu mbak. Termasuk misalnya membayar ganti rugi. Ganti ruginya itu misalnya yang pasti berapa itu yang kita kejar. Bukan yang milyaran. Milyaran kan berarti kan seharusnya ada angka pastinya to. Nah itu yang kita cari di situ. Data-data yang akurat gitu.”*  
(Wawancara, Abdul, 23 Maret 2021).

Batas waktu penyerahan berita dibagi dua lapis bagi surat kabar karena bagian dalam koran dicetak terlebih dahulu, baru halaman satu. Selain halaman satu reporter maksimal setor berita pukul 16.30. Sedangkan, halaman satu terakhir setor pukul 19.30, jikalau peristiwa sudah berlalu antara pagi hingga sore hari. Apabila peristiwa terjadi setelah pukul 19.30, reporter diberi kelonggaran. Misal, acara konser atau pertandingan sepakbola. Redaktur berkolaborasi dengan *layouter* dalam proses penyuntingan pra produksi surat kabar sebelum dikirim ke percetakan. Ketika sudah tahap *layouting* tetapi berita menyusul maka disediakan ruang kosong untuk jaga-jaga. Saat berita siap, tinggal ditempel. Reporter tidak terlibat dalam proses menyunting. Proses menyunting dilakukan oleh redaktur. Tugas reporter menguasai pencarian informasi dan batas waktu penyerahan berita. Redaktur cetak membutuhkan waktu rata-rata 15 menit untuk menyunting satu berita. Dalam sehari, mereka mengerjakan kurang lebih 21 berita dengan rincian satu halaman koran memuat tujuh berita dan satu orang redaktur mengampu beberapa halaman. Sebelum pandemi semua halaman dicetak untuk cek silang tetapi selama pandemi *paper-based checking* hanya berlaku untuk halaman satu, selebihnya cek silang via PDF. Secara teknis, batas waktu setor ke percetakan pukul 21.30 dalam bentuk siap cetak. Lokasi percetakan terletak di Solo, satu tempat dengan percetakan Solopos. Proses cetak memerlukan waktu sekitar satu jam untuk satu bendel. Percetakan mengirim surat kabar menggunakan ekspedisi. Pukul 04.30 surat kabar sudah tersebar di seluruh wilayah DIY. Hitungannya, apabila surat kabar telat satu jam dari percetakan, sampai ke pembaca estimasi akan telat dua jam.

Dalam konteks isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta jika reporter diminta redaktur untuk menindaklanjuti atau memperdalam berita, reporter segera mencari narasumber yang sesuai. Informasi-informasi yang terkumpul dibuat rangkaian pemberitaan pertama, kedua, ketiga, dan seterusnya. Peneliti melakukan penelitian ketika pandemi COVID-19. Tahap pelaksanaan dijalankan mematuhi protokol kesehatan: memakai masker, jaga jarak (*social distancing*), dan tidak berkerumun. Reporter menghargai narasumber apabila enggan bertemu secara tatap muka. Antisipasinya, wawancara via telepon. Selama pandemi reporter tidak pernah ke kantor kecuali saat evaluasi tatap muka.

Alur kerja media cetak dan media online sedikit berbeda. Reporter menulis berita untuk media online secara singkat dan padat sekitar 3-4 paragraf sebagai kabar awal sesuai situasi dan kondisi di lapangan. Ketika ada perkembangan, reporter bisa mengirim berita susulan. Sedangkan, berita untuk media cetak tidak boleh setengah-setengah. Satu rangkaian berita utuh dikirim langsung ke redaksi. Batas waktu setor berita online lebih fleksibel. Redaktur fokus menentukan berita utama pada pukul 12.00-00.00. Sebelum pukul 12.00 reporter wajib setor satu berita untuk diunggah ke situs web. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan mengakomodasi kebutuhan pembaca yang secara analitik paling tinggi antara pukul 12.00-14.00. Dalam konteks pemberitaan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta, semisal ada informasi terkait pemberian ganti untung atau penolakan warga terhadap tol pukul 10.00, Harian Jogja tidak langsung mengunggah berita pada saat itu juga karena kemungkinan sepi pembaca. Berita akan diunggah ketika analitik pembaca naik yaitu pukul 12.00. Begitu pula apabila ada peristiwa pada sore hari. Pukul 16.00 pembaca menurun karena jam pulang kantor. Analitik meningkat lagi setelah pukul 18.00 ketika orang-orang beristirahat. Berita diunggah lagi pada jam tersebut. Proses penyuntingan berita online memakan waktu 10-20 menit per berita. Harian Jogja memegang prinsip berita online harus dikabarkan cepat yaitu satu jam setelah peristiwa.

*“Sebelum jam 12. Ada kewajiban kayak kita itu sebelum jam 12 harus nyetor berita online satu aja terserah mau berita apa aja. Berita terkait yang ditugaskan juga nggak papa atau apa ya kegiatan apa aja pokoknya itu kewajibannya kayak gitu. Memenuhi*

*kebutuhan berita sebelum jam 12 aja sih. Misalnya kalau dari Sleman kan ada 2 reporter, satu satu kan sudah ada stok berita untuk online jadi ada 2. Kalau dikalikan 5 desc untuk daerah itu kan sudah ada 10 stok untuk berita sebelum jam 12 itu. Bisa ditayangkan jam 9, jam 10, jam 11 tapi kan setidaknya ada stok berita sebelum jam 12. Soalnya polanya kan memang sebelum jam 12 masih pada liputan kan mbak polanya. Jadi biar online itu tetep memberikan apa ya berita-berita harus ada kewajiban itu, harus ada stok berita itu biar online tetep jalan terus. Gitu.” (Wawancara, Abdul, 23 Maret 2021).*

Secara umum, target unggahan Harian Jogja sebanyak 20 berita per hari untuk web. Berita yang diunggah di situs [harianjogja.com](http://harianjogja.com) otomatis terunggah ke media sosial Twitter. Untuk Instagram, satu hari tiga unggahan. Facebook, satu hari 25 unggahan. Youtube, satu hari satu unggahan. Untuk keterangan (*caption*) yang terpampang di media sosial ditulis oleh *uploader*. Hasil berita reporter sebagai sumber utama di lapangan diolah sedemikian rupa kemudian dinarasikan supaya cocok dengan karakteristik masing-masing media sosial. Reporter tidak boleh mengunggah hasil liputannya sendiri.

Ada perbedaan antara platform cetak dan online dalam penyajian berita. Berita online disajikan pada hari itu juga, beberapa jam bahkan beberapa menit setelah peristiwa terjadi. Karakteristik berita online kebanyakan adalah berita tidak mendalam seperti media cetak. Apabila ada informasi lebih lanjut, berita dipecah dalam beberapa bagian (berita bersambung). Bagi Harian Jogja, media online menjadi kanal utama di samping media cetak.

Penyajian dalam surat kabar tertunda sehari, semua informasi disatukan, lebih lengkap, dan lebih komprehensif. Terkadang ada berita-berita tertentu yang lebih dulu disebarluaskan melalui media cetak kemudian pada siang hari ketika surat kabar telah beredar, berita baru diunggah ke platform online. Contohnya, berita *feature* karena tidak lekang oleh waktu dan berita eksklusif. Prosedur tersebut dilakukan dengan dalih supaya terhindar dari tumpang tindih.

*“Itu ya kadang-kadang juga ada isu-isu khusus yang tidak harus cepat-cepat dinaikkan di online jadi ya kadang malah online itu lebih lambat dari korannya gitu kalau misalnya feature itu kan feature kan timeless ya jadi dia nggak harus cepat itu makanya kadang feature-nya ada di koran dulu nanti baru koran semakin diterima pembaca nanti onlinenya baru keluar siang kayak gitu bisa terjadi kayak gitu, isu-isu yang tidak memburu cepat itu bisa di online malah justru lambat kayak gitu. Bisa kalau feature malah*

*biasanya koran duluan gitu karena itu biar nggak overlapping ya...karena itu namanya isu eksklusif ya kita sebisa mungkin tahan, tahan isu itu biar orang membaca online itu tetep belakangan jangan sampai mendahului koran” (Wawancara, Nugroho, 19 Maret 2021).*

Basis konsumen surat kabar Harian Jogja bukan eceran lagi tetapi langganan. Pelanggan tetap dan membayar bulanan. Oleh karena itu, Harian Jogja sudah pasti akan cetak berapa eksemplar per harinya. Sementara media online belum mengaplikasikan metode *subscribe* (langganan). Berita pada situs web dapat diakses gratis oleh siapapun. Selain target unggahan, Harian Jogja memasang target pembaca. Perangkat analitik yang dipakai oleh Harian Jogja adalah Google Analytics. Dari situ, dapat diukur satu artikel dibaca oleh berapa orang dalam satu menit.

*“Jadi seperti itu nanti kan bisa terukur satu artikel nanti yang baca berapa orang dalam satu menit. Misalnya dalam satu menit ada 500 orang, 500 pembaca ya, 500 klik nah kita targetnya paling nggak tiap hari seluruh produksi berita di [harianjogja.com](http://harianjogja.com) itu paling tidak dibaca oleh, diklik ya bukan dibaca tiap hari rata-rata 100-an ribu, 100 ribu klik gitu. Ini nanti tiap bulan rata-rata traffic-nya tiap bulan paling nggak di angka ini kan nggak stabil ya...” (Wawancara, Budi, 1 April 2021).*

Fluktuasi pengunjung situs web Harian Jogja sebagai berikut. Hari Senin, pengunjung masih rendah karena pekerja fokus memulai aktivitas kembali sehingga dinilai kurang menggali informasi pada portal berita. Kecenderungan pembaca berita tertinggi pada hari Selasa, Rabu, dan Kamis. Hari Jum'at menurun. Biasanya media online tiap hari Sabtu dan Minggu pembacanya rendah karena ada kemungkinan orang fokus liburan, menghabiskan waktu bersama keluarga, nongkrong bersama teman atau aktivitas lainnya di luar pekerjaan sehingga berita apapun tidak terlalu dihiraukan. Dengan situasi tersebut, dalam sebulan terhitung sekitar 700 ribu klik pada laman [harianjogja.com](http://harianjogja.com). Harian Jogja juga memperhatikan berita-berita yang mendulang klik.

Sebagai upaya memenuhi target pembaca online, Harian Jogja melakukan variasi di bagian judul berita supaya pencarian lebih mudah dan memenuhi algoritma Google. Berita yang ditampilkan di halaman muka situs web adalah

berita-berita yang kemungkinan diklik oleh pengunjung. Liputan isu pemberitaan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Harian Jogja termasuk berita yang sering diklik dan pembacanya cukup banyak.

#### 4) *Controlling* (pengawasan)

Sebelum publikasi, berita di Harian Jogja terlepas dari intervensi atau campur tangan tim manajerial perusahaan. Berita harus murni dari ruang redaksi. Dalam ruang redaksi (*newsroom*) semua jurnalis bisa memberi masukan. Reporter pun dapat memberikan kritik ke meja sunting tidak hanya orang-orang yang ikut rapat redaksi saja. Tahap pengawasan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta berupa evaluasi soal kelengkapan berita seperti pemilihan judul, akurasi nama, kekeliruan ketik serta pemilihan *angle*. Kritikan apabila berita belum terpublikasi bisa mempengaruhi arah pemberitaan. Ketika sudah dipublikasikan kemudian dirasa pemilihan *angle* kurang tepat maka bisa jadi bahan evaluasi. Sebelum pandemi dilakukan evaluasi per halaman secara detail tetapi saat pandemi tidak karena keterbatasan perjumpaan.

Harian Jogja mengutamakan akurasi berita daripada kecepatan meskipun kecepatan itu penting. Alasannya, apabila informasi yang disampaikan salah dapat berisiko bagi kedua belah pihak baik media maupun pembaca. Kredibilitas media menurun, pembaca rugi mendapat informasi yang salah. Redaksi memanfaatkan media sosial dan *push notification* pada situs web supaya berita online terjangkau oleh calon pembaca.

*“Kalau kita baiknya biar tidak ada masalah itu ketepatan berita walaupun ini khusus online ya mbak ya kalau gitu kan kecepatan tu masalah online tapi kita lebih diatur lebih baik tepat berita daripada eee apa ya ketika upload berita ternyata bermasalah gitu kita cari itu. Walaupun memang dalam aturan memang untuk pemberitaan online itu memang ada sifatnya itu kan terkait dengan pembaca juga. Pembaca kita sekarang kan banyak yang kritis juga mbak. Jadi ketika berita itu salah, itu akan sangat beresiko buat media ataupun pembacanya gitu lho makanya kita akurasi berita itu kita utamakan daripada kecepatan. Walaupun kecepatan juga dituntut untuk pemberitaan online itu tapi ya tidak ada persoalan nah itu. Berita atau apa itu akurasi yang diutamakan. Kita punya banyak pengalaman masalah itu masalahnya. Jadi bagaimana berita salah itu akan jadi bumerang buat medianya, terutama media, pembaca juga iya. Kasian pembacanya salah info kan kasian. Jadi itu kan*

*tetep pada akurasi berita. Begitu.*” (Wawancara, Abdul, 23 Maret 2021).

Apabila ada kekeliruan dalam berita online pada situs web, di bagian paling bawah berita dicantumkan catatan koreksi paling cepat lima menit, paling lambat 30 menit setelah berita diunggah. Lebih cepat dibanding surat kabar karena kalau media cetak harus menunggu satu hari kemudian.

Evaluasi bulanan dilakukan sebagai penilaian SDM. Setiap tahun, Harian Jogja memberi penghargaan kepada jurnalis berprestasi tetapi ketika pandemi acara penghargaan ini belum terlaksana. Ada pula penghargaan dalam bentuk promosi jabatan dan bonus tahunan yang diberikan mulai tahun 2021. Redaktur Pelaksana Harian Jogja, Nugroho Nurcahyo mengatakan pandemi mencatat laba yang cukup besar. Hukuman bagi karyawan yang melanggar peraturan perusahaan diberikan secara bertahap. Pertama, teguran lisan. Kedua, surat teguran tertulis. Ketiga, surat peringatan (tiga lapis). Apabila karyawan melakukan kesalahan berat langsung diberi SP 3 yang artinya sama dengan diberhentikan.

Harian Jogja tidak menyangkal bahwa surat kabar konvensional makin hari makin sedikit pembacanya. Perusahaan media pasti mempunyai impian atau target untuk masa mendatang demi keberlanjutan dan peredaran informasi. Kemungkinan media massa cetak seperti koran, majalah, tabloid hanya dicetak *on demand* atau berdasarkan permintaan. Mimpi buruk apabila perusahaan media massa berhenti beroperasi karena hanya mengandalkan laba cetak. Salah satu target Harian Jogja adalah mengarahkan situs [harianjogja.com](http://harianjogja.com) yang saat ini diakses secara gratis perlahan diubah ke metode berbayar dengan tujuan meraup pendapatan dari sirkulasi pembaca. Sistemnya, pengunjung tetap bisa mengakses situs dan membaca berita secara gratis namun khusus pembaca yang berlangganan, Harian Jogja menyediakan berita yang lebih mendalam dan komprehensif seperti media cetak. Tidak dapat dipungkiri, media kebanyakan “hidup” dari kerjasama, iklan, *advertorial*, dan semacamnya. Selama ini, pendapatan online Harian Jogja hanya berasal dari pembiayaan iklan.

Harian Jogja menyatakan bahwa konsep jurnalisme multiplatform penting diterapkan karena industri media massa dituntut peka dan adaptif terhadap perkembangan platform yang sedang digandrungi masyarakat untuk memenuhi informasi harian. Berita selalu dibutuhkan, hanya saja perbedaannya pada



bentuk platform. Dulu hanya tulisan dan foto cetak sekarang merambah ke online (situs web dan media sosial) dengan output audio visual. Jurnalisme multiplatform bukan hanya kebutuhan media tetapi juga pembaca. Dikarenakan tuntutan pembaca, media melebarkan sayap ke multiplatform.

## **b. Tribun Jogja**

Awal berdiri tahun 2010, Tribun Jogja membuat platform online terlebih dahulu karena persiapan surat kabar membutuhkan waktu yang lama di antaranya mempersiapkan sumber daya manusia seperti *layouter* dan mesin percetakan. Oleh karena itu, mereka eksis terlebih dahulu di platform online sebagai kanal untuk menyalurkan berita. Pada 11 April 2011, koran pertama terbit. Sejak saat itu, Tribun Jogja menerapkan konsep multiplatform yaitu cetak dan online.

Tahun 2015, Tribun sudah tau bahwa surat kabar tidak akan berkembang. Oleh karena itu, surat kabar terakhir yang diproduksi Tribun adalah Tribun Bali pada tahun 2014. Setelah itu, Tribun meluncurkan versi digital semua. Tribun mempunyai pemikiran bahwa cetak akan menjadi eksklusif. Tribun Jogja memiliki *tagline* Tribun harus menjadi *the last standing newspaper* di setiap daerah.

### 1) *Planning* (perencanaan)

Pada tahap perencanaan diadakan rapat redaksi sebagai bentuk pengarahan. Dalam konteks liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta, reporter diwajibkan *listing* enam berita setiap hari. Enam berita tersebut dibagi menjadi tiga tema dan minimal tiga isu dengan rincian satu berita *feature*, satu video, dan masing-masing berita minimal ada dua foto. Topik didiskusikan terlebih dahulu secara virtual melalui grup Whatsapp lalu dimatangkan dengan pertemuan fisik. Pertemuan tersebut dihadiri oleh pemimpin redaksi, *news manager* (manajer liputan), *production manager* (manajer produksi), dan editor. Reporter diberi masukan terlebih dahulu oleh editor mengenai *list* berita yang disetor sebelum terjun ke lapangan.

Selain rapat harian, ada rapat redaksi tiap awal minggu untuk merencanakan liputan khusus seperti *in depth news*. Karakteristik liputan khusus (lipsus) adalah *multi angle*, cakupannya luas, isunya lebih tajam, dan investigatif. Masing-masing editor akan ditanyai oleh *news manager* tentang liputan khusus apa yang akan diangkat berdasarkan *desc* masing-masing.

Sebelum pandemi, redaksi online Tribun Jogja mengadakan diskusi seminggu sekali secara tatap muka. Tetapi, saat ini karena pandemi banyak yang bekerja dari rumah mereka menggelar rapat bulanan yang diadakan sebulan sekali untuk membahas strategi sebulan ke depan. Strategi dibuat berdasarkan data. Rapat untuk seluruh wartawan bahkan ditiadakan. Pandemi membuat sistem penyusunan berita mengalami penyesuaian. Begitu pula pemberitaan tentang pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tribun Jogja konsisten dengan *news is news* dan *good news is good news*. *Bad news* dapat diramu menjadi *good news* tanpa mengakomodasi kepentingan pihak-pihak tertentu. Objektivitas menjunjung tinggi etika jurnalistik. Untuk penentuan *angle* berita, Tribun Jogja tidak hanya menerapkan *cover both side* melainkan *cover multi side*. Karakteristik ini diterapkan untuk semua platform.

*“Kita tetep konsisten dengan news is news dan menurut kami good news is good news. Dulu orang bilang, kok asik yo bad news is good news. ... Jurnalisme sekarang bagi kami di sini tu good news is good news bagi orang kalau beritanya jelek kita buta, bukan berarti kita nutupin yang jelek tapi ini lho jelek. Terus kita mengakomodasi oh ini tak masukkan dari banyak pihak. Dulu orang bilang cover both sides sekarang nggak cukup, cover multi sides. Mengakomodasi yang banyak, satu prinsip apa.”* (Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).

Untuk menunjang kinerja reporter dalam meliput isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta fasilitas yang diberikan Tribun Jogja adalah setiap reporter baru dibekali *smartphone* dan paket internet bulanan dengan harapan reporter dapat menulis berita secara *real time*, di mana saja, kapan saja. Setelah setahun *smartphone* tersebut bisa menjadi hak milik. Untuk divisi digital, di kantor disediakan komputer berbasis Windows maupun macOS.

Penerapan jurnalisme multiplatform di perusahaan media massa sangat penting dan menjadi prioritas utama apabila perusahaan ingin bertahan dan berkembang. Bisa dilihat dari media-media yang masih mengenang kejayaan cetak, lama-kelamaan surut dengan sendirinya terutama surat kabar. Perusahaan tidak dapat mengandalkan keuntungan dari menjual koran cetak saja tetapi juga dari sektor lain. Misalnya, perusahaan surat kabar memiliki divisi *event*

*organizer*. Salah satu faktor perusahaan media dapat bertahan yaitu modal karena penerapan multiplatform membutuhkan biaya yang besar.

Perusahaan media massa terutama surat kabar yang menyadari hal tersebut mulai mengembangkan digital. Selain situs web, mereka merambah ke media sosial dan berlomba-lomba membuat konten sesuai karakteristik masing-masing media sosial. Mulai dari Facebook, Twitter, Youtube, Instagram bahkan TikTok yang sedang populer dan digemari generasi muda saat ini. Tribun Jogja merencanakan pembuatan konten di media online dengan sungguh-sungguh karena sadar bahwa bisnis koran cetak ada masanya akan surut tergerus digitalisasi.

## 2) *Organizing* (pengorganisasian)

Dalam struktur organisasi Tribun Jogja, pemimpin redaksi membawahi *news manager* (manajer liputan), *production manager* (manajer produksi), dan *digital manager* (manajer digital). Manajemen media cetak dipisah dengan manajemen media online. Manajer liputan menentukan liputan harian, mengoordinasi reporter di lapangan dan editor cetak, menentukan *headline* (berita utama), dan menentukan penilaian. Manajer produksi bekerja untuk harian cetak dengan karakter orang idealis yang membawahi *layouter* dan grafis. Manajer digital mengampu platform online termasuk berita online dan konten kreatif.

“Di bawah manajer itu ada dua, manajer digital dan manajer produksi. Manajer produksi pure ngurusin cetak dengan karakter orang yang idealis cetak yang satu manajer digital. Digital yaudah semau dia. Mayoritas masukannya di kantong untuk bikin konten kreatif...” (Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).

Peneliti melakukan penelitian ketika pandemi COVID-19. Awal pandemi, Tribun Jogja membatasi orang keluar-masuk kantor. Divisi digital (online) dapat mengerjakan bagiannya secara *work from home* (WFH) sedangkan divisi produksi diharuskan *work from office* (WFO) karena bersinggungan dengan tata wajah halaman (*layout*) dan grafis. Penentuan anggota redaksi beserta jabatan ditentukan oleh pemimpin redaksi. Sedangkan, penempatan reporter di lapangan tersentral dan dikoordinasi oleh *news manager* (manajer liputan). Sebagai bentuk penyegaran pekerjaan, dilakukan rotasi kurang lebih setahun sekali menyesuaikan kondisi.

Penugasan reporter dibagi tiap *desc*. Reporter yang meliput pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen yaitu reporter daerah di kabupaten. Sedangkan, reporter yang bersinggungan dengan pemerintah adalah reporter *desc* provinsi. Setiap *desc* ada editornya masing-masing. Contohnya, editor kota membawahi beberapa reporter yang mengambil alih rubrik Kota Yogyakarta dan kriminal. Rubrik bisnis mencakup keuangan dan bisnis. Rubrik olahraga fokus berita sepakbola. Rubrik Jawa Tengah melingkupi tiga wilayah yaitu Magelang, Purworejo, dan Klaten. Ada editor khusus rubrik daerah yang memegang rubrik Gunungkidul, Bantul, Sleman, dan Kulonprogo. Editor rubrik nasional ada sendiri dan berbagai rubrik lainnya. Editor bertugas sebagai penyaring pertama. Khusus halaman satu surat kabar dipegang oleh manajer produksi. Sedangkan, untuk berita online ada dua editor khusus berita kiriman dari reporter dan dua orang fokus untuk kanal berita nasional, olahraga, dan daerah. Ada juga tim SEO yang bercabang di kanal bola, *lifestyle*, dan selebritis.

*“Kalau di cetak itu ada sendiri-sendiri. Cetak itu ada editor daerah. Editor daerah itu pegang Gunungkidul, Bantul, Sleman, dan Kulonprogo. Terus editor kota itu pegang kota sama kriminal. Terus nasional ada sendiri, Jateng ada sendiri terus halaman 1 dipegang manajer produksi. Kalau yang di online itu juga dibagi-bagi juga yang 2 orang itu khusus untuk meng-upload berita-berita kiriman dari reporter kita yang ada di lapangan. Terus 2 orang fokus untuk berita nasional, olahraga nasional sama daerah. Terus ada lagi tim SEO. Tim SEO itu ya ada yang fokus bola, ada yang fokus lifestyle, selebritis gitu.”* (Wawancara, Hari, 18 Maret 2021).

Pengorganisasian dalam media online dibagi menjadi editor online, tim media sosial, dan editor video. Editor online berjumlah sembilan orang yang masing-masing memiliki tugas mengunggah berita kiriman reporter lapangan dan editor khusus SEO. Untuk media sosial ada tugas tersendiri yaitu mendeteksi fenomena atau peristiwa apa yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial kemudian mengirim sinyal ke seluruh tim redaksi supaya diolah menjadi berita yang memiliki *news value* (nilai berita) tinggi.

*“Kalau saya kan kalau di tim online, editor tim online tu kan ada yang editor khusus untuk mengunggah berita dari kiriman reporter. Reporter yang ada di lapangan. Kemudian ada yang kebetulan saya pegang nasional sama daerah-daerah. Terus ada lagi yang khusus SEO juga, itu.”* (Wawancara, Hari, 18 Maret 2021).

Editor video berjumlah enam orang yang bertugas menyunting dan memasukkan video kiriman dari reporter ke berbagai platform yaitu situs web dan media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook serta TikTok. Berita dari reporter tidak semua bisa tertampung di surat kabar. Oleh karena itu informasi sekecil apapun yang diperoleh dapat dijadikan bahan untuk berita online bahkan diunggah ke media sosial. Semua platform saling melengkapi. Tribun Jogja mengakui bahwa *desc* hanyalah rumah. Wartawan harus *all around* maksudnya dapat mengerjakan semua liputan. Misal ada suatu peristiwa besar, wartawan sebisa mungkin banyak yang diterjunkan untuk meliput sehingga mendapat beragam informasi dan berita jadi komprehensif.

*“Di Tribun itu desc hanyalah rumah tapi dia harus all around, bisa mengerjakan semua harus bisa liputan semua. Jadi misalkan wartawan A, B, C itu di desk-nya beda-beda itu hanyalah rumah dia sebenarnya. ... Keroyokan akhirnya berita kita komprehensif, banyak banget dan tidak akan terkejar oleh koran lain.”*  
(Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).

### 3) *Actuating* (pelaksanaan)

Topik yang peneliti bahas yaitu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen merupakan proyek strategis nasional. Satuan kerja dipegang langsung oleh pusat. Tiap proyek ada satuan kerjanya masing-masing. Tol Jogja-Bawen ada sendiri, begitu pula tol Jogja-Solo. Dispertaru (Dinas Pertanahan dan Tata Ruang) mengatur soal lahan salah satunya ganti untung. Apabila ada pertemuan langsung dengan warga terdampak, reporter harus terjun langsung ke lapangan dengan protokol kesehatan yang ketat. Narasumber seperti satuan kerja yang jauh dari Jogja dapat dihubungi via telepon atau online.

*“Kerjanya ya standar mbak ya kayak gitu modelnya. Jadi harus yang butuh ke lapangan harus ke lapangan, yang konfirmasi satker karena dia ada di Jakarta kan nggak mungkin juga ya by phone. Sekarang gila kok mbak, maaf ya. Jurnalistik sekarang tu dipermudah. WA bisa, apa-apa bisa gitu.”* (Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).

Reporter dituntut untuk *multitasking* di perusahaan media yang menerapkan jurnalisme multiplatform. Reporter harus bisa menulis berita, memotret, merekam video sekaligus menjadi pembawa acara untuk liputan lapangan. Tribun Jogja mempunyai *channel* Youtube, Facebook, Instagram, dan

TikTok sebagai media audio visual. Meskipun reporter merekam video memakai ponsel dan kualitas gambarnya tidak sebagus televisi itu sudah lebih dari cukup. Reporter merekam video *shoot per shoot* dan banyak *angle*. Editor video akan mengolah bahan tersebut menjadi video jurnalistik yang informatif. Selain yang sudah disebutkan, Tribun Jogja lebih memilih reporter yang mobilitasnya tinggi. Seumpama ada peristiwa yang terjadi pada tengah malam, saat itu juga reporter mau tidak mau turun ke lapangan. Sistem kerja jurnalis di era multiplatform lebih dinamis.

*“Kalau reporter sekarang dia kayaknya wajib ini bisa streaming jadi news anchor gitu lho kayak apa ya laporan lapangan lah. Sebetulnya itu kan tugas ada divisinya ya seharusnya kayak TV gitu tapi sekarang kita dituntut untuk bisa ngomong di depan kamera gitu. Terus dituntut bisa ambil video karena kita kan Youtube itu kan, Instagram, Facebook itu kita dituntut ya cuma pakai HP meskipun nggak sebagus TV tapi kalau untuk media sosial itu sudah lebih dari cukup. Jadi ngambil shoot per shoot, per frame. Nah nanti dari situ bahan dikirim ke sini nanti ada editor video yang mengolah bahan itu. Itu wartawan harus bisa.”* (Wawancara, Susilo, 18 Maret 2021).

Proses menulis berita membutuhkan waktu 30 menit per berita untuk isu ringan. Sedangkan, untuk isu yang lumayan berat memakan waktu 1-2 jam per berita. Selama kegiatan peliputan, reporter mempunyai *deadline* (batas waktu) untuk setor berita ke tim redaksi. Berita bagian dalam seperti rubrik daerah (Sleman, Bantul, Gunungkidul, dan Kulonprogo) reporter harus setor berita maksimal pukul 19.00 karena bagian tersebut cetak paling awal. Koran dicetak bagian dalamnya terlebih dahulu kemudian baru halaman-halaman awal. Halaman satu atau kondisi tertentu batas waktunya bisa sampai pukul 22.00 karena berita yang disajikan pasti berita-berita besar yang berpotensi menjadi *headline* (berita utama). Penataan halaman koran oleh *layouter* dilakukan sekitar pukul 22.00 dan dicek untukantisipasi apabila ada kesalahan atau kekurangan data. Percetakan menerima *file* siap cetak pukul 23.00 maksimal pukul 01.00 dini hari. Berbeda dengan cetak, sistem kerja online bahkan pukul 23.00 masih ada reporter yang mengirim berita.

Kemudian, ada perbedaan aturan kerja antara editor cetak dan editor online di antaranya teknik menulis berita serta jam kerja. Surat kabar terbatas dengan ruang sehingga berita-berita yang ditampilkan harus benar-benar memiliki nilai



berita yang tinggi. Tribun Jogja peka dengan masyarakat yang mulai meninggalkan dan malas membaca surat kabar sehingga memutuskan untuk memperbesar foto dan grafis. Strategi Tribun Jogja mengumpulkan isi berita di paragraf pertama sehingga pembaca sudah tau isi berita secara umum.

*“Konsumennya selernya kayak gini ya masa kita mau bertahan terus sama cetak ya, suruh baca terus gitu enggak. Sekarang kan kita mainnya gedein fotonya, gedein grafisnya gitu. Soalnya orang udah males baca. Koran apalagi ya kecuali mbaknya ke bank atau ke kantor lagi jenuh gitu. Itu pun nggak selalu kan baca koran. Gitu jadi kita seringkali paragraf pertama udah tau jadi nggak perlu baca banyak. Dari grafis, point to point, foto gitu.”* (Wawancara, Susilo, 18 Maret 2021).

Meskipun dapat leluasa mengetik, berita online ditampilkan di halaman pendek-pendek maksudnya satu paragraf cukup satu atau dua kalimat saja. Di bawah berita dicantumkan *tags* atau kata kunci merujuk ke suatu topik berita yang dibahas. Hal tersebut terjadi karena menyesuaikan tampilan ponsel dan berkaitan dengan kuantitas berita serta kliknya. Untuk *caption* atau keterangan yang dicantumkan di media sosial diambil dari berita reporter tetapi disortir oleh editor jadi hanya inti beritanya saja.

Perihal jam kerja, editor cetak bekerja pada sore hari sampai tengah malam untuk surat kabar yang akan terbit besok. Proses menyunting berita memerlukan waktu 5-10 menit untuk satu berita ringan. Sedangkan, untuk satu berita yang berpotensi menjadi *headline* (berita utama) atau berkaitan dengan kronologi memakan waktu sekitar 30-60 menit karena harus membandingkan dengan berita lain dan konfirmasi dengan wartawan. Editor juga menyiapkan bahan grafis khusus halaman satu atau rubrik kota yang membutuhkan waktu kira-kira satu jam.

Editor cetak diwajibkan membuat minimal dua *teaser* setelah menyunting berita. *Teaser* diambil dari *headline* (berita utama) yang berisi berita lanjutan atau *spoiler* untuk edisi lusa. Surat kabar juga mencantumkan situs web [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com) untuk pembaruan berita *real time* sehingga pembaca dapat membaca informasi terbaru di situs web yang tidak ada di harian cetak tadi pagi. Jadi, saling silang antarplatform.

*“Untuk editor di cetak kita wajibkan untuk membikin teaser setelah dia selesai mengedit halaman. Bikin teaser minimal dua. Ambillah*

*teaser dari HL-mu. Teaser-nya seperti ini. Berita terkait penemuan kerangka manusia di lereng Merapi gini gini gini. Untuk lebih lengkapnya baca Tribun Jogja cetak edisi besok gitu. Terus di cetak versi cetaknya dikasih ada tulisannya. Ingin ikuti perkembangan soal kasus penemuan kerangka manusia di lereng Merapi? Klik [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com). Jadi dia bisa mendapatkan yang terbaru yang tidak ada di cetak keluar tadi pagi. Saling silang.”* (Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).

Editor online tidak mempunyai jam khusus; fleksibel. Dalam artian editor online bisa bekerja 24 jam atau diberlakukan jam piket. Jadi, pagi sampai malam hari ada yang siap siaga untuk menyunting berita. Cara kerja platform online dinamis sehingga perubahan taktik, skema, dan isu jauh lebih cepat dibanding cetak. Tribun Jogja mempunyai grup email kantor (milis). Reporter mengirim hasil liputan di platform tersebut. Editor tinggal mengunduh lalu menyunting beritanya. Proses penyuntingan berita memakan waktu sekitar 10-30 menit untuk satu berita termasuk memasukkan foto dan lain-lain. Target harian rata-rata 15-30 unggahan berita bagi masing-masing editor. Total ada 160-200 unggahan berita tiap hari di situs [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com). Dikarenakan konvergensi media grup Tribun, para editor dapat mengambil berita nasional dari portal yang disediakan oleh Tribun se-Indonesia. Apabila menyalin berita dari portal tersebut, editor harus menyunting dengan gaya tulisan yang berbeda tetapi maksud dan isi beritanya sama. Selain itu, editor wajib mencantumkan *link* hidup dari berita yang diambil. Contohnya, editor A menyalin berita dari situs [kompas.com](http://kompas.com). Di bagian paling bawah berita ditulis ‘Berita ini telah tayang di [kompas.com](http://kompas.com) dengan judul ...’ kemudian menyertakan *link*. Jadi, pembaca dapat mengklik *link* tersebut untuk melihat berita asli.

*“Kalau kita ngambil, copy dari grup kita grup portal grup kita itu nanti kita harus ngedit. Biasanya sih ngedit harus diedit memang, harus diedit tulisannya harus berbeda. Artinya dengan maksud dan isi yang sama tapi dengan disajikan dengan tulisan style kita itu, style masing-masing editor. Terus kita pun wajib melampirkan link, link hidup dari berita yang kita ambil. Contohnya saya ambil dari [kompas.com](http://kompas.com) nanti di bawahnya pun harus ditulis artikel ini sudah tayang di [kompas.com](http://kompas.com) dengan judul bla bla bla itu ditanam link hidup nanti. Jadi orang bisa ngeklik link hidup tadi untuk melihat berita aslinya seperti apa. Itu kalau dari grup kita dari portal grup. Kalau dari kiriman reporter yo kita langsung ngedit.”* (Wawancara, Hari, 18 Maret 2021).

Cara kerja redaksi online sedikit berbeda dengan cetak. Misalnya, berita yang berkaitan dengan momentum seperti Ramadhan atau Imlek minat pembacanya bakal tinggi. Momen-momen seperti itu mulai dibidik oleh tim digital jauh-jauh hari dengan menanam kata kunci (*keyword*) yang kemungkinan banyak dicari oleh pembaca. Mereka juga memasang target pembaca. Ketika momentum sedang berlangsung, saat itu lah tim online memanen jumlah pembaca.

*“Seperti saat ini kita sudah mulai bidik untuk puasa Ramadhan itu sudah mulai kita, kita sudah mulai buat berita-berita soal Ramadhan. Momennya nanti pas hari selama bulan Ramadhan tu sudah, kalau di online istilahnya kita sekarang sudah mulai menanam kata kunci. Saat Ramadhan nanti baru panen. Artinya pembaca kita dari target mungkin sudah masuk target gitu lho. Kita baru sekarang kalau istilah orang nyari kan kita tebar umpan dulu. Saat Ramadhan nanti baru dapat hasilnya dapat berapa. Nah itu kalau online gitu sih kerjanya.”* (Wawancara, Hari, 18 Maret 2021).

Tribun Jogja merupakan media massa yang bisa dibilang berita onlinenya kuat sehingga tim digital terutama SEO harus menguasai permainan kata kunci (*keyword*). Ketika sudah menguasai kata kunci (*keyword*) tertentu berita dapat menjadi *top score*. Misalnya orang mencari berita dengan kata kunci (*keyword*) “tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen” di Google maka berita dari Tribun Jogja muncul pada halaman pertama pencarian. Salah satu keuntungan yang didapat oleh Tribun Jogja adalah karena pembaca mengklik berita maka jumlah pengunjung situs web bertambah.

Tribun Jogja berpegang pada prinsip *one product many distribute* dalam artian didistribusikan di banyak kanal. Reporter di Tribun Jogja wajib membuat berita *real time*. Ketika ada suatu peristiwa, secepat mungkin reporter setor berita ke editor yang kemudian disunting dan dalam hitungan menit berita sudah terpampang di situs [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com). Reporter lapangan di Tribun Jogja bekerja ala digital. Foto dan video ikut disertakan. Setiap informasi yang didapat, disetor ke editor. Untuk berita cetak, detail-detail informasi yang didapat di lapangan disatukan. Koran menyuguhkan berita yang memiliki nilai berita tinggi, selain itu diakomodasi di platform online. Konvergensi maknanya saling melengkapi.

*“Cetak dan online itu jadi kita punya prinsip one product many distribute mbak. One product many distribute itu bagaimana? Reporter menghadiri suatu acara, reporter di Tribun Jogja itu wajib untuk bikin berita real time ... hitungan menit dia udah ngirim berita, udah nongol di tribunjogja.com. Dia bekerja ala digital, ala real time. Videonya juga ada, fotonya juga ada. Kadang wartawan nanya. Mas saya harus foto? Saya harus video? Gimana bisa saya karena saya harus kerja cepat. Menurut kamu lebih mungkin mana memfotokan video atau memvideokan foto? Dengan kualitas perangkat yang sekarang video sudah bisa di capture untuk jadi foto dengan kualitas yang oke. ... Nah semua wartawan di lapangan bekerja ala digital. Bagaimana dengan kebutuhan cetak? ... Menjahit bahan yang tercecce-cecce itu jadiin satu. Ini bawang merah bawang putihnya, ini sayurnya, ini saya masak jadiin satu, jadilah masakan dicetak itu. Bahasanya gitu. Gitu mbak modelnya. Jadi konvergensi ya saling melengkapi.” (Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).*

Kemudian, misal ada wawancara eksklusif. Reporter merekam video. Video tersebut tayang di platform online sedangkan untuk cetak muncul di rubrik sesuai subjek atau topik wawancara. Platform yang aktif digunakan oleh Tribun Jogja dalam pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah surat kabar, situs web, dan media sosial. Sekitar lima tahun belakangan, Tribun Jogja fokus ke platform online termasuk media sosial tetapi bukan berarti cetak ditinggalkan. Salah satu produk digital Tribun Jogja adalah *talkshow live streaming*.

*“Terus kita misalkan juga ada wawancara eksklusif. Wawancara eksklusif itu misalkan berdasarkan isu teraktual. ... Di video gitu. Videonya ada, di digital online tayang, di cetak halaman satu ada wawancara eksklusif...” (Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).*

Efek multiplatform pada industri surat kabar menurut Sigit Widya, *news manager* Tribun Jogja adalah pembaca cetak dan oplah menurun karena masyarakat cenderung beralih ke digital tetapi pendapatan (*revenue*) masih dipegang oleh cetak melalui iklan. Perusahaan media massa membuat konten sebanyak-banyaknya untuk mencari klik yang dapat dijadikan salah satu pemasukan perusahaan. Meskipun ada penurunan oplah, Tribun Jogja tetap menjaga kualitas berita baik cetak maupun online.

*“Jadi inti multiplatform, inti bahwa cetak turun, digital iya seperti itu tapi faktanya revenue masih cetak sampai sekarang.”*  
(Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).

#### 4) *Controlling* (pengawasan)

Evaluasi dilaksanakan pada malam hari setelah pengumpulan berita yang disebut rapat *budgeting*. Ketika berita hasil liputan termasuk liputan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta sudah terkumpul orang-orang yang bekerja untuk cetak yaitu editor cetak, *news manager*, dan pemimpin redaksi melakukan *screening* berita apakah berita sesuai dengan yang direncanakan sehari sebelumnya atau harus mengubah *angle*. *Angle* berita dapat diubah apabila ada kekurangan informasi atau berita masih bisa dikembangkan tetapi sudah *deadline* padahal besok koran harus terbit. Jika terdapat kasus seperti itu editor masing-masing *desk* atau *news manager* menginstruksikan reporter untuk meminta konfirmasi terlebih dahulu kepada narasumber yang bersangkutan dan melengkapinya sebagai tugas liputan besok sehingga lusa berita tersebut baru tayang di surat kabar. Kemungkinan lainnya adalah berita diganti dengan isu nasional. Tribun memiliki 52 jaringan se-Indonesia yang saling melengkapi. Dengan adanya komputer jaringan di mana wartawan sudah menyiapkan berita-berita yang dapat dipakai oleh seluruh grup Tribun, para editor boleh mengambil dan memublikasikan berita tersebut asalkan berita masih relevan dengan daerah masing-masing.

*“Jadi ya tidak harus dipaksakan untuk naik meskipun sebenarnya berita itu udah sangat komplit tapi kurang satu tok yang belum bisa terakses ya nggak harus dipaksain besok terbit. Ganti pakai yang lain. Kita di komputer jaringan itu ada mbak berita yang sudah disiapkan oleh temen-temen Jakarta, kita bisa pakai itu. Sudah diedit tinggal nempel. Jadi mereka ting yang mempersiapkan berita-berita isu-isu nasional kita bisa pakai itu kalau masih relevan dipakai di sini ya pakai aja nggak papa, gitu.”* (Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).

Kesimpulan pada tahap *budgeting* adalah reporter melengkapi data yang kurang kemudian dikirim ke milis, diolah oleh editor, setelah disunting berita masuk folder produksi. Selanjutnya, berita disalin oleh *layouter*, penataan halaman, dan dicetak hitam putih. Pengecekan terakhir dilakukan meliputi tata wajah halaman, ejaan, dan lain-lain. Ketika sudah disetujui langsung masuk ke percetakan. Percetakan Tribun Jogja berlokasi di Jalan Ringroad Barat.

Dalam platform online di mana peredaran berita sangat cepat dan banyak, perusahaan media massa dilema antara mengutamakan kecepatan atau ketepatan berita. Bagi Tribun Jogja kecepatan berita itu penting dan ketepatan berita juga wajib. Pembaca butuh berita cepat dan tepat. Jangan sampai hanya mengedepankan kecepatan tetapi berita yang diunggah tidak tepat. Meskipun berita di platform online apabila ada kekeliruan bisa dikoreksi dengan cepat, ketepatan tetap diutamakan.

*“Kecepatan penting, ketepatan juga wajib itu karena kalau walaupun di online dengan berita salah bisa diedit cepat tapi kita tidak boleh nganu itu harus ketepatan harus diutamakan juga.”*  
(Wawancara, Hari, 18 Maret 2021).

Berbagai tantangan harus dihadapi oleh industri media massa yang menerapkan konvergensi di mana situs online semakin bertebaran. Salah satunya bagaimana menyajikan berita yang menarik untuk dibaca namun tetap mematuhi kode etik jurnalistik. Hal tersebut berlaku untuk pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sekarang, perseorangan atau badan usaha sangat mudah membuat portal berita. Cukup membeli domain, portal berita sudah jadi dan dapat diakses oleh siapapun. Dengan mudahnya akses internet, warganet dapat menulis apapun di situs online tetapi untuk menyajikan berita yang sesuai kaidah jurnalistik belum tentu semua orang bisa. Jurnalis tidak asal menulis berita. Mereka memiliki pegangan, aturan atau etika profesi yang disebut kode etik jurnalistik.

*“Karena saya melihat sekarang tu orang bikin media tu gampang banget. Artinya kamu sekarang bisa bikin media tinggal beli domain udah bisa tapi kan untuk menjadi seorang jurnalis tu nggak semudah itu harus opo yo. Kita memiliki pegangan, aturan, kode etik jurnalistik. Bagaimana membuat berita bla bla bla. Orang sekarang semua orang bisa menulis tapi untuk menyajikan dalam sebuah berita yang sesuai kode etik jurnalistik belum tentu semua orang bisa. ... Cuma ada tiga, fakta fakta fakta berarti yang disajikan itu harus bener-bener fakta. Tapi sekarang dengan kemajuan teknologi orang bisa seenaknya buat website, buat portal berita tapi nggak memenuhi kode etik jurnalistik seperti itu. Kuncinya kalau saya itu. Membuat berita yang menarik untuk dibaca namun tetep dalam kaidah-kaidah jurnalistik. Nggak boleh keluar dari situ.”*  
(Wawancara, Hari, 18 Maret 2021).



Tahap pengawasan termasuk evaluasi terhadap kinerja wartawan di Tribun Jogja. Parameter bagi divisi digital pada tahap ini adalah target pengunjung halaman (*visitor*). Misal, editor pasang target ratusan ribu pengunjung selama satu bulan ke depan. Akhir bulan dievaluasi apakah target tersebut tercapai atau tidak.

Penilaian wartawan berdasarkan *key, performance, dan indicator* atau disingkat KPI. Hitungannya adalah 70% kinerja dan 30% *attitude*. KPI memengaruhi bonus ganti tahun. Setiap pergantian tahun ada bonus berdasarkan laba yang didapat dari tahun sebelumnya. Kenaikan gaji per tahun dihitung berdasarkan KPI dikali dengan laba tahun sebelumnya yang dikerjakan oleh bagian keuangan. Penilaian KPI dilakukan oleh tim redaksi tetapi besaran bonus gaji ditetapkan oleh bagian keuangan. Penghargaan jangka panjang adalah naik jabatan. Apabila ada anggota redaksi melakukan pelanggaran, hukumannya diberi SP (surat peringatan) bahkan dimosi sampai turun jabatan.

Banyaknya perusahaan media di Indonesia, media cetak maupun media online tidak membuat Tribun Jogja goyah dan tidak menganggap hal tersebut sebagai suatu persaingan. Tribun Jogja tidak bersaing antar media tetapi bersaing dengan apa yang dibutuhkan pembaca dan perkembangan zaman. Inovasi seperti apa ditentukan berdasarkan data-data yang Tribun Jogja miliki.

### **c. Kedaulatan Rakyat**

Surat kabar harian tertua di Yogyakarta, Kedaulatan Rakyat juga menerapkan jurnalisme multiplatform. Multiplatform tidak dapat dielakkan karena mengikuti tuntutan zaman. Kedaulatan Rakyat menerapkan konsep multiplatform mulai tahun 2016. Cukup telat mengingat tahun 2016 media online termasuk media sosial sangat masif bahkan sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat.

#### **1) *Planning* (perencanaan)**

Perencanaan dimulai ketika ada informasi yang diterima oleh reporter. Sumber informasi didapat dari mana saja. Bisa dari perkembangan informasi di masyarakat atau dari pemerintah terkait pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Setelah reporter mendapat informasi yang menarik untuk diberitakan, dikoordinasikan dengan redaktur. Kemudian redaktur menyampaikan ke redaktur pelaksana atau jajaran di atasnya untuk

membahas apakah ini akan menjadi berita kuat. Perencanaan bisa juga direncanakan oleh redaksi.

Berita harus menyangkut kepentingan banyak orang seperti slogan yang digaungkan Kedaulatan Rakyat yaitu “*migunani tumraping liyan*”. Artinya, bermanfaat bagi sesama. Dalam konteks pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta, contohnya kebijakan pembebasan lahan dengan ganti untung, informasi lokasi pembebasan lahan supaya orang yang ingin menginvestasikan uang dalam bentuk tanah tidak terkena dampak pembangunan tol, dan kebijakan usaha di lokasi yang terlewati atau di pintu keluar tol. Media memberikan materi untuk publik sehingga harus mengabdikan kepada publik dengan pendekatan realitas.

Karakteristik penulisan berita di Kedaulatan Rakyat sebagai media massa asli Yogyakarta selaras dengan warganya karena bahasa yang digunakan lebih halus dibandingkan daerah Jawa lainnya. Sebagai contoh, Kedaulatan Rakyat menyebut gubernur DIY (Sri Sultan Hamengkubuwono X) dengan sebutan “Ngarso Dalem”, terkadang “Ngarso Dalem Sri Sultan Hamengkubuwono X” bukan Sultan. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk menghargai gaya bahasa Yogyakarta.

*“Karakter KR itu sebagai media Jogja dia juga selaras dengan orang-orang Jogja lah kan misalnya bahasanya lebih halus mungkin beda dengan Jawa Pos. Jawa Pos tu Surabaya ya lebih cek cek. Jogja kan lebih halus. Kita juga menggunakan yang lebih halus lah. Misalnya nyebut Sri Sultan itu kita Ngarso Dalem tapi kadang-kadang pake Ngarso Dalem Sri Sultan Hamengkubuwono X. Bukan Sultan gitu. Enggak, enggak atau Sultan HB X juga variasinya kan tapi tetep ada kita menghormati dengan bahasa-bahasa gaya Jogja. Kita menghargai gitu lho. Nek wong Yojo ki kromo inggil ngono yo.”*  
(Wawancara, Octo, 19 April 2021).

Rapat redaksi di Kedaulatan Rakyat melibatkan pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur (editor) bahkan terkadang direksi ikut rapat. Rapat redaksi menentukan kebijakan-kebijakan terkait ruang redaksi, muatan konten berita, perencanaan liputan, penugasan, dan evaluasi apakah berita sesuai perencanaan atau tidak. Fasilitas yang disediakan oleh Kedaulatan Rakyat dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta berupa komputer kantor dan diklat videografi untuk reporter.

Pada era sekarang, lalu lintas informasi terpadat ada di media online sehingga media cetak menyesuaikan diri dengan menerapkan konsep multiplatform. Platform yang aktif digunakan oleh Kedaulatan Rakyat dalam pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah cetak, online (situs web dan media sosial), dan radio.

## 2) *Organizing* (pengorganisasian)

Pemimpin redaksi membawahi redaktur pelaksana. Redaktur pelaksana membawahi redaktur masing-masing rubrikasi. Redaktur meliputi redaktur cetak dan redaktur online. Masalah-masalah yang muncul di lapangan kebanyakan ditangani oleh redaktur pelaksana. Kedaulatan Rakyat melakukan rotasi karyawan (*rolling*) apabila reporter sudah terlihat jenuh di *desc* masing-masing. Pertimbangan lainnya atas dasar kemauan, kewilayahan, dan lain-lain. Rotasi dilakukan tiap dua bulan sekali, tiga bulan sekali atau enam bulan sekali. Rotasi karyawan merupakan kebijakan pemimpin redaksi.

Belum semua reporter di Kedaulatan Rakyat merangkap sebagai reporter media cetak dan media online. Beberapa masih fokus pada produk cetak. Reporter yang bekerja pada dua platform sekaligus (cetak dan online) adalah reporter yang mempunyai minat di media online.

*“Kemudian untuk reporternya sendiri memang untuk mengubah mindset itu memang butuh waktu ya. Banyak yang sudah, beberapa sudah mulai berubah ikut juga membuat konten-konten berita untuk media digital [krjogja.com](http://krjogja.com), ada yang juga di Youtube itu ada beberapa tapi kebanyakan masih bermain di produk-produk atau berita-berita di cetak. Mungkin perlu, mungkin mudah-mudahan ke depannya makin banyak ya reporter cetak ini ikut juga memberikan kontribusi di online gitu. Kemudian reporter onlinenya juga ada sih, jumlahnya juga ada nah itu mereka direkap oleh reporter cetak yang punya minat di online. Itu aja mbak.”* (Wawancara, Primaswolo, 29 April 2021).

## 3) *Actuating* (pelaksanaan)

Seorang reporter yang bekerja di industri media massa yang menerapkan jurnalisme multiplatform harus bisa menulis, memotret, merekam video, hingga liputan langsung. Begitu pula beberapa reporter di Kedaulatan Rakyat. Terkadang reporter Kedaulatan Rakyat diminta untuk *live report* di KR Radio.

Alur pelaksanaan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta dimulai ketika reporter mendapat

penugasan tentang topik tersebut. Reporter mencari informasi, menulis berita lalu menyampaikan kepada redaktur. Batas waktu pengumpulan berita maksimal pukul 19.00. Setelah itu, redaktur melakukan proses penyuntingan. Kemudian tahap tata letak berita. Apabila berita yang diajukan kuat, bisa menjadi kandidat di halaman utama karena memiliki nilai jual tinggi sehingga orang tertarik untuk membaca. Berita pembangunan infrastruktur tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta bahkan bisa dicantumkan di halaman nasional apabila informasi yang disajikan cukup kuat. Sebaliknya, jika berita biasa saja misalnya informasi-informasi pengulangan akan masuk halaman dalam pada rubrik lokal. Sebelum masuk percetakan, berita dicek apakah sesuai dengan perencanaan awal, baru kemudian setor ke percetakan pukul 23.00.

Konten berita online dan cetak hampir sama meskipun ada beberapa berita yang diperdalam di media cetak. Materi berita ada yang dicantumkan di media cetak saja, ada yang hanya diunggah di platform online, ada juga yang diakomodasi di kedua platform. Contoh berita yang dicantumkan di surat kabar saja adalah informasi bakti sosial. Berita online di Kedaulatan Rakyat mengejar kecepatan tetapi data harus valid. Apabila pembaca ingin mengetahui berita lebih lanjut dapat dibaca di surat kabar. Bagi Kedaulatan Rakyat, media online menjadi kanal utama bersama media cetak.

#### 4) *Controlling* (pengawasan)

Kinerja wartawan dinilai oleh redaktur pelaksana. Wartawan terbaik diberi penghargaan berupa honorarium. Bagi Kedaulatan Rakyat, penting bagi suatu perusahaan media menerapkan multiplatform karena pendistribusian informasi di berbagai platform sudah menjadi kebutuhan. Kritik bagi perusahaan media massa yang menerapkan konsep multiplatform yaitu sumber daya manusia harus terlatih *multitasking*, memberikan kontribusi untuk berbagai macam platform yang ada, dan wartawan harus mengikuti perkembangan media sosial.

Kedaulatan Rakyat membenarkan bahwa surat kabar konvensional semakin sedikit pembacanya. Masyarakat lebih suka kepraktisan. Berita online cukup dibuka melalui ponsel, dapat diakses kapan pun dan di mana pun serta tidak perlu pergi jauh untuk membeli surat kabar. Namun, berita online memiliki sisi kelemahan. Kelemahan tersebut menjadi kelebihan bagi media cetak sehingga meskipun peminat media cetak menurun tidak serta merta hilang begitu saja. Alasannya, karena Kedaulatan Rakyat percaya bahwa berita-berita yang

disajikan surat kabar konvensional lebih meyakinkan daripada media online dan media sosial.

*“Sedikit berkurang memang iya, berkurang iya cuma tetap saja saya yakin, saya percaya bahwa orang akan tetap dengan media cetak itu meskipun bentuknya kayak apa tapi tetap aja dia nggak bisa hilang. Karena kenapa? Karena menurut saya orang sekarang kadang-kadang ketika situasi begini orang membaca online tu kadang-kadang nggak percaya, bener nggak sih? Ketika banyak medsos, bener nggak sih? Hoaks udah setiap hari ada hoaks. Berapa ribu yang ditemukan oleh eee yang bisa dicari data-data berapa ribu hoaks yang ada di Indonesia dari Kominfo itu, ya nggak? Orang kemudian pasti nggak bisa ninggalin.”* (Wawancara, Octo, 19 April 2021).

Langkah yang dilakukan Kedaulatan Rakyat supaya tetap bertahan di era multiplatform ini adalah perusahaan tidak hanya “hidup” dari pembaca yang berlangganan tetapi juga menyediakan ruang iklan di platform cetak, situs web, media sosial bahkan radio. Selain yang disebutkan, Kedaulatan Rakyat menjalankan usaha di luar bidang media salah satunya bisnis properti.

## **2. Perspektif Media Lokal dalam Pemberitaan Isu Pembangunan**

Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat menyajikan beragam informasi daerah sebagai media lokal. Pembangunan infrastruktur gencar dilakukan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta selama beberapa tahun terakhir menjadi sorotan oleh media lokal tidak terkecuali tiga media yang menjadi objek penelitian. Dalam pembahasan ini peneliti menjelaskan bagaimana Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat memposisikan diri sebagai media asal Yogyakarta dalam menanggapi, memberitakan, dan menyebarluaskan informasi pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen kepada publik.

### **a. Harian Jogja**

Tahap perencanaan dalam ruang redaksi Harian Jogja tidak ada perbedaan antara isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta dan isu lainnya. Hanya saja, isu yang peneliti angkat merupakan agenda terencana. Sudah ada jadwal kapan pemberian ganti untung, sosialisasi dari pemerintah daerah, dan lain-lain sehingga reporter meliput pada waktu-waktu tertentu saja. Terdapat dinding api (*firewall*) yang dibangun antara ruang redaksi

dan manajerial perusahaan sehingga berita terlepas dari intervensi orang luar redaksi.

Terdapat perubahan jumlah halaman pada surat kabar Harian Jogja selama pandemi. Awalnya 20 halaman menjadi 16 halaman terakhir 12 halaman. Halaman-halaman yang dihilangkan sifatnya non lokal. Berita humaniora dan pendidikan dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melebur di berita lokal atau dimasukkan jadi satu di berita nasional. Berita ekonomi bisnis nasional yang sebelumnya dua halaman diringkas menjadi satu halaman. Hal tersebut dilakukan dengan dalih mempertahankan halaman lokal.

Proyek tol Jogja-Solo telah direncanakan lebih dulu sebelum proyek tol Jogja-Bawen. Liputan pemberitaan lebih intens ke isu tol Jogja-Solo. Isu tol Jogja-Bawen tidak terlalu intens diberitakan karena prinsip kerja dan konstruksi hampir sama dengan Jogja-Solo. Dampak ke masyarakat lebih banyak tentang isu tol Jogja-Solo yaitu luas bidang yang digunakan untuk pembebasan lahan lebih luas daripada Jogja-Bawen. Isu terkait tol Jogja-Bawen juga tidak terlalu riskan, alasannya lahan yang terdampak kebanyakan sawah, konsep tol melayang (*elevated*), dan jalan hanya sepanjang 10 kilometer masuk area Sleman. Sedangkan, tol Jogja-Solo dibangun di atas tanah (*at grade*). Konflik antara warga terdampak dan pemerintah berpengaruh pada intensitas pemberitaan di media massa.

*“Tapi kalau dalam konteks tol Jogja-Solo karena agendanya ini agenda yang sudah terencana ya. Pemberian ganti rugi itu kan terencana. Kemudian sosialisasi itu terencana. Kemudian ketika pemerintah mengeluarkan rencana trasenya itu kan juga sudah terencana, itu nggak ada perbedaan antara cetak sama online kecuali misalnya besok ada peristiwa tertentu misalnya konstruksinya ambruk gitu itu kan nggak terencana ya mekanismenya pasti berbeda antara online sama cetak karena online kan memperhitungkan kecepatan.”* (Wawancara, Budi, 1 April 2021).

Harian Jogja sepakat dan memiliki perspektif positif tentang pembangunan tol baik tol Jogja-Solo maupun Jogja-Bawen. Tol sebagai sarana memperlancar logistik dan mobilitas manusia. Apalagi perputaran ekonomi di Yogyakarta digerakkan oleh sektor wisata dan pendidikan. Sektor pariwisata merupakan sektor yang tidak lepas dari sektor-sektor pendukung antara lain sektor logistik, sektor transportasi, dan sektor UMKM. Pengelolaan destinasi-destinasi wisata melibatkan UMKM yang diharapkan berdampak positif. Salah satunya mendongkrak



perekonomian masyarakat seperti menyediakan oleh-oleh kerajinan dan makanan khas produksi rumah tangga.

*“Kami kalau angle kami redaksi itu sepakat dengan pembangunan tol. Kami pada dasarnya sepakat adanya infrastruktur tol untuk memperlancar logistik, memperlancar arus mobilitas kunjungan wisatawan ke Jogja yang harapannya nanti ketika Jogja ini semakin ramai dikunjungi wisatawan pastinya perekonomian juga akan bergerak lebih bagus lagi. Itu saja yang dalam pandangan kami. Jadi kami punya perspektif positif tentang pengembangan infrastruktur tol baik itu tol Jogja-Solo maupun tol Jogja-Bawen atau pun yang direncanakan kemudian setelah itu adalah tol Jogja-Cilacap itu terkoneksi antar wilayah itu dibutuhkan untuk apa memperlancar logistik dan juga memperlancar mobilitas manusia. Nah itu dibutuhkan Jogja sebagai daerah tujuan wisata karena perputaran ekonomi di Jogja ini kan digerakkan oleh pertama sektor pariwisata dan pendidikan gitu. Itu dalam kaca mata kami paradigmanya untuk melihat sebuah pembangunan infrastruktur tol seperti itu.”* (Wawancara, Nugroho, 19 Maret 2021).

Dalam konteks pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta, apabila isu yang diangkat memenuhi kriteria berita kuat yaitu data akurat, sedang ramai dibincangkan, dan menjawab kepentingan publik bisa dicantumkan di halaman utama tetapi jika isu kurang kuat, berita masuk rubrik Sleman karena rencana pembangunan tol berada di Sleman. *Angle* yang dipakai Harian Jogja tentang isu ini lebih ke informatif. Media menyajikan informasi terkait pembayaran pembebasan lahan, jumlah biaya yang dibebaskan, berapa lahan yang dibebaskan. Terkadang ada konflik misalnya penolakan dari warga terdampak juga diberitakan. Tergantung bagaimana perkembangan di lapangan.

Pemberitaan tentang isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta dianggap menarik karena sebelumnya Provinsi DIY belum pernah dibangun tol. Selain itu, warga non-terdampak penasaran dengan nilai ganti untung yang diterima warga terdampak. Topik tersebut memikat jumlah pembaca yang cukup banyak di situs [harianjogja.com](http://harianjogja.com).

*“Kemudian DIY ini kan belum pernah punya tol, belum ada tol. Sementara daerah lain ada tol. Kemudian yang jelas nilai ganti ruginya. Nilai ganti rugi itu menarik ya. Banyak orang yang karena tertarik pengen tau berapa sih nilai ganti rugi tol itu kan orang yang nggak dapet ganti rugi pun tertarik baca karena itu seperti memicu angan-angan mereka karena nilai ganti ruginya kan besar bisa seperti itu. Akhirnya tol memang punya pembaca yang cukup besar*

*di Harian Jogja malah paling besar itu tol. Tol Jogja-Solo-Bawen itu paling besar. Pasti berita tol itu banyak yang baca. Hampir dipastikan banyak yang baca. Misalnya tol, pembangunan jalan penghubung tol dari Prambanan ke Gunungkidul itu ya rencananya, itu pun banyak dibaca yang lainnya berita-berita peristiwa. Tapi kalau bukan berita peristiwa yang paling banyak dibaca itu infrastruktur terutama tol.” (Wawancara, Budi, 1 April 2021).*

## **b. Tribun Jogja**

Pengolahan berita di Tribun Jogja dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta terlepas dari campur tangan departemen lain karena ada dinding api (*firewall*) yang membatasi. Departemen lain tidak boleh intervensi ke departemen redaksi. Liputan khusus mengenai pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta masih cukup menarik di mata pembaca selama isu yang diangkat menganut konsep publik, unik, dan baru.

Tribun Jogja menghindari berita yang berkonflik tinggi dan problematik terutama berita yang menyinggung SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan). Selain itu menerapkan prinsip jurnalistik berita yang deskriptif. Berita deskriptif tidak akan menjadi berita yang bagus apabila tidak ada pengamatan langsung di lapangan. Dalam kasus penelitian ini, reporter harus membuat tulisan dari warga yang terdampak tol. Reporter otomatis harus ke lapangan. Dari sana, muncul cerita-cerita unik seperti tanggapan warga setelah menerima uang ganti untung yang jumlahnya bisa sampai milyaran, akan digunakan untuk apa, banyaknya *sales* mobil, *sales* properti, asuransi bahkan saham yang menyasar warga.

*“Di Tribun itu menerapkan prinsip jurnalistik berita yang deskriptif. Deskriptif tidak akan bisa menjadi sebuah tulisan yang bagus, berita yang bagus kalau dia tidak pengamatan langsung di lapangan. Artinya dia harus kesana. Pertama, harus bikin tulisan dari warga yang terdampak tol. Itu otomatis kita harus ke lapangan, mengakomodasi mereka. Di situ ada cerita-cerita unik dari mereka.” (Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).*

Berita di Tribun Jogja dikemas dengan *human interest*, hal-hal jujur tetapi orang suka misalnya berita di balik berita atau kisah. Hal tersebut yang membuat pembaca tertarik dan menjadi ciri khas Tribun Jogja. *Lead* awal berita menceritakan kisah di balik suatu peristiwa, baru berita umumnya. Tribun Jogja menganut konsep bahwa dalam suatu berita semakin ke bawah, semakin tidak penting. Berikut contoh

kisah yang diceritakan dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dikutip dari hasil wawancara.

*“Di tol pun kayak gitu juga kita jadi nggak cuma ooo berita tol ini... enggak. Jadi kayak hari ini ada berapa makam yang kena tol Jogja-Solo. Yang di Sleman di Bayen kena satu. Bayen itu terus kita tarik lagi. Makam di Bayen itu ada berapa jenazah di situ. Ada 300. Oh berarti 300 jenazah kan diangkut dipindahkan ke tempat lain.”* (Wawancara, Sigit, 17 Maret 2021).

Berita online dalam pemberitaan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta, Tribun Jogja menggunakan tata bahasa yang lebih sederhana dibanding cetak. Judul berita online dan cetak berbeda. Pembaca lebih tertarik dengan judul yang menarik di media online seperti sedikit kontroversial, mencengangkan atau membuat bertanya-tanya sehingga mau tidak mau pembaca akan membaca isi berita secara keseluruhan. Judul pada versi cetak dibuat idealis, *to the point*, dan mencakup isi berita secara umum. Berita pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk berita yang banyak dicari di situs [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com) dan menjadi salah satu berita andalan.

### c. Kedaulatan Rakyat

Dalam menanggapi isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta, Kedaulatan Rakyat memosisikan diri melayani pembaca. Apabila ada informasi menarik dan dibutuhkan oleh masyarakat, hal tersebut menjadi prioritas Kedaulatan Rakyat untuk memberikan layanan terbaik dengan berbagi informasi yang berkualitas seperti berita-berita berkelanjutan.

*“Maksudnya tanggapan media gitu. Itu kan seperti saya jelaskan tadi karena ini kita tu kan melayani pembaca ya. Pembaca kita, melayani pembaca sejauh mana berita itu menarik dibutuhkan oleh pembaca. Kalau berita itu menarik, dibutuhkan masyarakat maka itu menjadi prioritas maka kita harus memberikan layanan terbaik, informasi yang bagus untuk ke masyarakat yaitu berupa berita-berita yang berkelanjutan. Berkelanjutan itu tergantung ada beritanya ya dari informasi ya langsung di share, langsung dibuat, diterbitkan. Gitu sih.”* (Wawancara, Primaswolo, 29 April 2021).

## B. Pembahasan

Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat merupakan media lokal yang berbentuk surat kabar asal Yogyakarta. Ketiga media tersebut menerapkan jurnalisme multiplatform dalam aktivitas liputan berita. Peneliti memilih industri surat kabar tersebut karena relevan dengan objek yang diteliti yaitu manajemen multiplatform dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam konteks surat kabar. Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat adalah surat kabar paling banyak disebut oleh masyarakat lokal.

### 1. Perencanaan (*planning*)

#### a. Harian Jogja

Tahap perencanaan manajemen multiplatform Harian Jogja telah berjalan dengan sangat baik. Perencanaan pada media pemberitaan, dilakukan terkait dengan bagaimana hal tersebut akan dilakukan, siapa yang akan melakukan, dan kapan harus dilakukan (Junaedi dalam Putra, 2018) dalam hal ini liputan. Perencanaan dimulai ketika rapat redaksi. Rapat harian di Harian Jogja diikuti oleh pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, dan redaktur. Reporter tidak ikut dalam rapat redaksi. Harian Jogja ada dua rapat redaksi.

Pertama, rapat redaksi malam yang diselenggarakan pukul 20.00. Peserta rapat menyampaikan berbagai isu menarik yang akan diliput untuk esok hari. Pembagian tugas reporter juga direncanakan pada rapat ini yang nantinya akan disampaikan oleh redaktur masing-masing *desc*. Perencanaan Harian Jogja terhadap pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di semua platform sama karena isu tol merupakan agenda yang sudah terencana. Ada kalanya tim redaksi media online mempunyai perencanaan tersendiri karena ada peristiwa yang tidak terduga. Media online mempertimbangkan kecepatan. Porsi yang disediakan media online lebih banyak daripada yang dapat diakomodasi di media cetak. Hal ini sejalan dengan Morisan dalam Tsuraya (2019) bahwa suatu perencanaan harus diimplementasikan jika telah ditetapkan namun dalam pelaksanaannya mempertimbangkan fleksibilitas sesuai situasi dan kondisi di lapangan.

Kedua, rapat *budgeting* yang diselenggarakan pukul 15.00 membahas apakah dalam pelaksanaannya, perencanaan yang telah direncanakan pada malam kemarin tereksekusi dengan baik yang didahului *listing* oleh reporter. Selain rapat redaksi harian, ada juga rapat bulanan. Redaktur mengusulkan isu-isu atau ide-ide dalam

bentuk presentasi untuk bulan depan. Pekerjaan dilakukan secara daring menggunakan aplikasi FTP. Aplikasi ini dapat diakses oleh seluruh redaksi Harian Jogja. Selain mengakses, bisa memasukkan file, dan mengedit folder dalam aplikasi tersebut sehingga terintegrasi dan memudahkan dalam bekerja. Penentuan *angle* Harian Jogja terhadap pemberitaan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta mengacu pada nilai-nilai berita serta berdampak besar bagi kepentingan publik.

Fasilitas yang disediakan oleh Harian Jogja dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta memadai. Persiapan alat-alat untuk liputan, pelatihan sumber daya dalam hal ini reporter baru, serta tunjangan kuota internet. Platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan yaitu surat kabar, situs web [harianjogja.com](http://harianjogja.com), media sosial Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube. Terkadang, reporter Harian Jogja diminta liputan radio untuk Star Jogja FM.

b. Tribun Jogja

Tahap perencanaan manajemen multiplatform Tribun Jogja sudah berjalan dengan sangat baik. Perencanaan sebagai tahap awal sejalan dengan teori Junaedi (dalam Putra, 2018) sebagaimana dikemukakan dalam kerangka teori. Reporter diwajibkan *listing* enam berita setiap hari dengan rincian tiga tema dan minimal tiga isu. Satu berita *feature*, satu video, dan masing-masing berita minimal ada dua foto. Topik didiskusikan via grup Whatsapp. Rapat harian Tribun Jogja diikuti oleh pemimpin redaksi, manajer liputan, manajer produksi, dan editor. Sebelum terjun ke lapangan, reporter diberi masukan oleh editor. Selain rapat harian, ada rapat redaksi tiap awal minggu untuk merencanakan liputan khusus. Rapat bulanan diadakan sebulan sekali untuk membahas strategi sebulan ke depan. Tribun Jogja menetapkan terkait perencanaan jangka pendek, menengah, dan panjang serta kiat untuk mencapainya dalam rapat redaksi.

Tribun Jogja konsisten dengan *news is news* dan *good news is good news* tanpa mengakomodasi kepentingan pihak-pihak tertentu. Dalam pemberitaan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta, Tribun Jogja tidak hanya menerapkan *cover both side* melainkan *cover multi side*. Fasilitas yang diberikan Tribun Jogja sangat memadai. Setiap reporter baru dibekali *smartphone* dan kuota internet bulanan dengan harapan reporter dapat menulis berita secara *real time*. Setelah setahun, *smartphone* bisa menjadi hak milik. Selain

itu, kantor menyediakan komputer. Perencanaan disamakan untuk semua platform yang dimiliki Tribun Jogja. Platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan yaitu surat kabar, situs web [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com), media sosial Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube.

c. Kedaulatan Rakyat

Sejalan dengan teori perencanaan Junaedi dalam Putra (2018), Kedaulatan Rakyat menerapkan perencanaan dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Perencanaan dimulai ketika reporter mendapat informasi terkait pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Informasi dapat diperoleh dari perkembangan informasi di masyarakat atau pemerintah kemudian disampaikan kepada atasan untuk dikembangkan. Perencanaan liputan bisa juga dari kebijakan atasan kemudian didiskusikan dan ditugaskan ke reporter untuk mencari berita. Rapat redaksi di Kedaulatan Rakyat melibatkan pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, terkadang direksi juga ikut rapat. Perencanaan semua platform yang dimiliki oleh Kedaulatan Rakyat sama. Berita yang diangkat Kedaulatan Rakyat dalam isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta harus menyangkut kepentingan publik dan bermanfaat bagi sesama seperti slogan "*migunani tumraping liyan*". Karakteristik penulisan Kedaulatan Rakyat yaitu bahasa yang digunakan lebih halus dibandingkan dengan daerah Jawa lainnya. Fasilitas yang disediakan oleh Kedaulatan Rakyat dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta berupa komputer dan diklat videografi untuk reporter. Narasumber tidak memberi informasi secara detail mengenai rencana jangka pendek, menengah, dan panjang di Kedaulatan Rakyat. Platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan yaitu surat kabar, situs web [krjogja.com](http://krjogja.com), media sosial Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube. Kadang kala reporter diminta liputan untuk KR Radio.

Kesimpulannya, ketiga media memulai tahap perencanaan dengan rapat redaksi. Reporter ketiga media tidak ikut dalam rapat redaksi. Perencanaan tentang liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada platform cetak dan online ketiga media sama meskipun dalam pelaksanaannya terkadang ada perbedaan. Selain rapat harian, di Harian Jogja dan Tribun Jogja ada rapat bulanan. Bahkan Tribun Jogja menyelenggarakan rapat mingguan. Harian Jogja dan Tribun Jogja telah menerapkan perencanaan jangka



pendek, menengah, dan panjang. Karakteristik masing-masing media terlihat dari *angle* pemberitaan yang diterapkan pada semua platform Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat. Sarana dan prasarana yang disediakan oleh Harian Jogja dan Tribun Jogja dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta memadai. Sedangkan, untuk Kedaulatan Rakyat fasilitas yang disediakan cukup memadai.

## 2. Pengorganisasian (*organizing*)

### a. Harian Jogja

Pembagian kerja dalam perusahaan media diatur secara struktural berdasarkan divisi atau departemen yang dikelompokkan menurut jenis atau bentuk pekerjaan (Junaedi dalam Putra, 2018). Hal ini sejalan dengan diterapkannya pengorganisasian di Harian Jogja yang mencakup pemimpin redaksi membawahi redaktur pelaksana, redaktur pelaksana membawahi redaktur, dan redaktur membawahi reporter masing-masing *desc*. Redaktur cetak dan redaktur online terpisah. Harian Jogja memiliki tim aktivasi digital yang memproduksi konten digital kemudian diunggah ke media sosial. Harian Jogja juga mempekerjakan fotografer. Reporter Harian Jogja bekerja untuk semua platform yaitu cetak dan online.

Reporter yang meliput pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen adalah reporter yang ditempatkan di *desc* Sleman karena pembangunan tol masuk wilayah Sleman, *desc* provinsi karena ada relasi dengan pemerintah, dan *desc* ekonomi bisnis karena ada relasi dengan Jasamarga. Sedangkan, pembagian redaksi online berdasarkan *shift*. Di dalam redaksi online ada *uploader* khusus mengunggah berita-berita untuk media sosial. *Uploader* ada pergantian *shift* setiap minggu. Redaktur online bekerja pukul 12.00-20.00 dan 16.00-00.00. Redaktur online menentukan berita utama yang akan diangkat pada hari itu. Tim redaksi online dituntut untuk memahami semua isu tidak hanya pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen saja. Alasannya, keterbatasan sumber daya manusia, jam kerja bergilir, dan tuntutan media online yang harus *stand by* selama 24 jam. Harian Jogja menerapkan *rolling* bagi para pekerjanya paling lama dua tahun. Tahap pengorganisasian Harian Jogja sudah berjalan dengan sangat baik karena telah diatur secara detail dan operasional.

### b. Tribun Jogja

Dalam struktur Tribun Jogja, manajemen media cetak dipisah dengan manajemen media online. Pemimpin redaksi membawahi manajer liputan (*news*

*manager*), manajer produksi (*production manager*), dan manajer digital (*digital manager*). Masing-masing manajer mempunyai tugas masing-masing. Hal ini senada dengan teori Junaedi (dalam Putra, 2018). Pembagian kerja mencakup tugas dan deskripsi pekerjaan. Manajer liputan (*news manager*) menentukan liputan harian, mengoordinasi reporter di lapangan dan editor cetak, menentukan berita utama, dan menentukan penilaian. Manajer produksi (*production manager*) bekerja untuk harian cetak yang membawahi *layouter* dan grafis. Manajer digital (*digital manager*) mengampu platform online termasuk berita online dan konten kreatif. Penentuan anggota tim redaksi beserta jabatannya ditentukan oleh pemimpin redaksi. Sedangkan, penempatan reporter di lapangan dikoordinasi oleh manajer liputan (*news manager*).

Reporter yang memberitakan warga terdampak pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen adalah reporter rubrik kabupaten. Sedangkan, reporter yang bersinggungan dengan pemerintah adalah reporter rubrik provinsi. Masing-masing rubrik ada editor tersendiri. Editor bertugas sebagai penyaring pertama. Pengorganisasian media online Tribun Jogja dibagi menjadi editor online, tim media sosial, dan editor video. Selain mengedit berita, editor online Tribun Jogja merangkap tugas mengunggah berita ke platform online. Editor video bertugas menyunting dan memasukkan video kiriman reporter ke situs web dan media sosial Facebook, Instagram, TikTok, dan Youtube. Semua platform di Tribun Jogja saling melengkapi. Reporter harus *all around* maksudnya dapat mengerjakan semua liputan dan bekerja untuk semua platform yang dimiliki Tribun Jogja. Rotasi karyawan baik reporter maupun editor dilakukan kurang lebih setahun sekali. Tahap pengorganisasian Tribun Jogja telah terstruktur dengan baik.

c. Kedaulatan Rakyat

Struktur organisasi redaksional di Kedaulatan Rakyat, pemimpin redaksi membawahi redaktur pelaksana. Redaktur pelaksana membawahi redaktur masing-masing rubrikasi. Redaktur meliputi redaktur cetak dan redaktur online. Redaktur pelaksana menangani masalah-masalah yang muncul di lapangan. Rotasi karyawan di Kedaulatan Rakyat dilakukan dengan pertimbangan apabila karyawan terlihat jenuh di *desc* masing-masing atau atas dasar kemauan maupun kewilayahan. Rotasi karyawan merupakan kebijakan pemimpin redaksi setiap enam bulan sekali, tiga bulan sekali bahkan dua bulan sekali. Reporter belum sepenuhnya bekerja untuk media cetak dan media online. Beberapa reporter masih senang bermain pada

produk cetak. Reporter yang bekerja untuk dua platform sekaligus yaitu cetak dan online adalah reporter yang memiliki minat di media online. Sebaiknya, semua reporter harus terlatih *multitasking* karena Kedaulatan Rakyat sudah menerapkan multiplatform. Tuntutan pembaca yang lebih suka kepraktisan mengonsumsi informasi melalui internet patut dipertimbangkan.

Kesimpulannya, struktur organisasi Harian Jogja dan Kedaulatan Rakyat sama yaitu adanya pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur cetak dan online serta reporter. Sedangkan, struktur organisasi Tribun Jogja sedikit berbeda dengan kedua media lainnya. Di bawah pemimpin redaksi terdapat tiga manajer yaitu manajer liputan (*news manager*), manajer produksi (*production manager*), dan manajer digital (*digital manager*). Reporter di Harian Jogja dan Tribun Jogja bekerja *multitasking* untuk platform cetak dan online. Reporter yang bertugas meliput isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Harian Jogja adalah reporter yang ditempatkan di *desc* Sleman, provinsi, dan ekonomi bisnis. Sedangkan, reporter Tribun Jogja yang meliput isu tersebut adalah reporter yang ditugaskan untuk rubrik kabupaten dan provinsi. Berbeda dengan kedua media tersebut, reporter di Kedaulatan Rakyat hanya beberapa yang bekerja secara multiplatform, lainnya masih berkecimpung pada produk media cetak.

### **3. Pelaksanaan (*actuating*)**

#### **a. Harian Jogja**

Proses produksi berita yang mencakup peliputan, penulisan, penyuntingan hingga publikasi merupakan jantung dalam manajemen multiplatform media massa. Pada tahap ini, para jurnalis melaksanakan kewajiban sesuai deskripsi pekerjaan masing-masing. Hal tersebut sejalan dengan alur pelaksanaan yang dilakukan Harian Jogja dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta yang dimulai sejak penugasan reporter setelah rapat redaksi pada malam hari. Reporter menulis minimal tiga berita per hari. Reporter di Harian Jogja dituntut untuk mengerjakan produk multiplatform yaitu platform cetak, online, dan terkadang siaran radio. Reporter harus bisa memotret, merekam video, dan melaporkan secara langsung (*live report*) di tempat kejadian untuk radio Star Jogja FM di samping menulis berita. Hasil temuan peneliti sesuai dengan teori karakteristik jurnalisme multiplatform oleh Sambo dan Yusuf (2017) bahwa jurnalis mampu meliput, memotret, menulis, melaporkan secara *live*, merekam suara, dan merekam gambar dalam sekali waktu liputan untuk disajikan

di platform yang berbeda. Pagi hingga sebelum pukul 15.00 reporter mengumpulkan berbagai informasi. Mulai pukul 14.45 reporter melakukan *listing* yaitu setor rancangan dalam satu paragraf ke ruang redaksi, berisi penjelasan alur berita yang akan ditulis. Rancangan berita dirapatkan terlebih dahulu dalam rapat redaksi (*budgeting*). Rapat ini memutuskan berita-berita mana saja yang memenuhi kriteria untuk dicantumkan di halaman utama surat kabar. Setelah mendapat umpan balik, reporter melanjutkan peliputan sampai batas waktu yang ditentukan. Proses penulisan membutuhkan waktu 30 menit untuk satu berita.

Kriteria dipilih berdasarkan kualitas berita seperti apakah data kuat, akurat, dan menjawab kepentingan publik. Apabila data biasa saja, kurang kuat atau kurang menarik, berita dicantumkan di halaman daerah. Sebaliknya, jika isu berita merupakan isu yang kuat, dapat ditampilkan di halaman utama. Begitu pula dalam konteks pemberitaan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Contoh pemberitaan kuat dan tercantum pada halaman utama adalah berita dengan judul “DIY Kebut Proyek Infrastruktur” yang terbit tanggal 5 Maret 2021. Pemberitaan tersebut menginformasikan tentang pihak terkait kejar target pembangunan infrastruktur di DIY yang rencana rampung pada tahun 2024. Saat berita terbit, masih dalam proses pembebasan lahan dan menunggu penyerahan dokumen perencanaan pembangunan ke Gubernur DIY. Terdapat lima narasumber yaitu Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, PPK satker PBJH Jogja-Solo, ketua tim PPK satker PBJH Semarang-Jogja, kepala kantor wilayah BPN DIY, dan kepala Dinas Pertanahan dan Tata Ruang DIY. Berita tersebut dikutip dari Antara. Terlihat adanya infografis sebagai penunjang berita yang dibuat oleh konten kreator Harian Jogja.



**Gambar 3.1** Berita pembangunan tol di DIY pada surat kabar Harian Jogja

Harian Jogja menerapkan prinsip A, B, C ketika produksi berita, yaitu:

1. **A (actual and accurate).** Penulisan berita harus berdasarkan keadaan yang sesungguhnya, tepat, dan sesuai fakta. Apabila ada data angka hindari menulis bilangan ‘belasan, puluhan, ratusan, ribuan’, dan sebagainya tetapi cantumkan angka pasti. Tidak mencantumkan rumor dan kabar angin.
2. **B (brief and balance).** Berita yang dipublikasikan memberi penjelasan detail mengenai suatu peristiwa dan memuat informasi berimbang (*cover both sides*), tidak memihak.
3. **C (clear and complete).** Informasi yang disampaikan harus jelas, bahasa yang digunakan tidak berbelit-belit sehingga pembaca paham dengan berita yang dimaksud. Informasi diberitakan secara menyeluruh, lengkap, tidak menggantung. Apabila suatu kasus belum selesai boleh dibuat berita bersambung.

Batas waktu penyerahan berita dibagi dua lapis untuk surat kabar. Alasannya, bagian dalam koran dicetak terlebih dahulu, baru halaman satu. Selain halaman satu, reporter setor berita maksimal pukul 16.30. Sedangkan, halaman satu terakhir pukul 19.30. Apabila peristiwa terjadi setelah pukul 19.30 reporter diberi kelonggaran. Redaktur berkolaborasi dengan *layouter* dalam proses penyuntingan pra produksi surat kabar. Ketika sudah tahap *layouting* tetapi berita menyusul maka disediakan ruang kosong. Kemudian saat berita siap, tinggal ditempel di ruang kosong yang telah disediakan. Redaktur cetak membutuhkan waktu 15 menit untuk menyunting satu berita. Dalam sehari, ada 21 berita. Satu halaman koran memuat



tujuh berita. Satu redaktur mengampu beberapa halaman. Batas waktu setor ke percetakan pukul 21.30 dalam bentuk siap cetak. Proses cetak memerlukan waktu satu jam untuk satu bendel. Lokasi percetakan koran terletak di Solo berbarengan dengan percetakan Solopos karena masih satu naungan Bisnis Indonesia. Pukul 04.30 surat kabar telah didistribusikan di seluruh wilayah DIY.

Alur pelaksanaan produksi berita di media online sedikit berbeda. Reporter menulis berita untuk media online secara singkat dan padat dalam 3-4 paragraf. Kemudian redaktur online menyunting berita kiriman reporter sekitar 10-20 menit untuk satu berita. Batas waktu setor berita online lebih fleksibel. Sebelum pukul 12.00 reporter wajib menyerahkan satu berita untuk diunggah ke situs web. Harian Jogja menetapkan target unggahan sebanyak 20 berita tiap hari untuk web. Redaksi online menentukan jam-jam krusial untuk mengunggah berita. Meskipun pada platform online kecepatan diutamakan tetapi analitik pembaca perlu diperhatikan. Berita-berita penting diunggah saat jam makan siang dan setelah pukul 18.00, ketika para pembaca mempunyai waktu luang setelah seharian berkegiatan.

Berita online disajikan dengan judul yang berbeda. Tanggal unggah selisih satu hari dengan surat kabar yaitu 6 Maret 2021. Hasil temuan membuktikan bahwa berita-berita krusial disebarluaskan melalui platform cetak terlebih dahulu. Selang beberapa waktu baru versi online dipublikasikan. Berita di situs web lebih ringkas dibanding versi cetak. Narasumber yang dicantumkan hanya tiga yaitu PPK satker PBJH Jogja-Solo, ketua tim PPK satker PBJH Semarang-Jogja, dan kepala kantor wilayah BPN DIY. Foto disisipkan sebagai media pendukung yang dikutip dari Solopos.com.

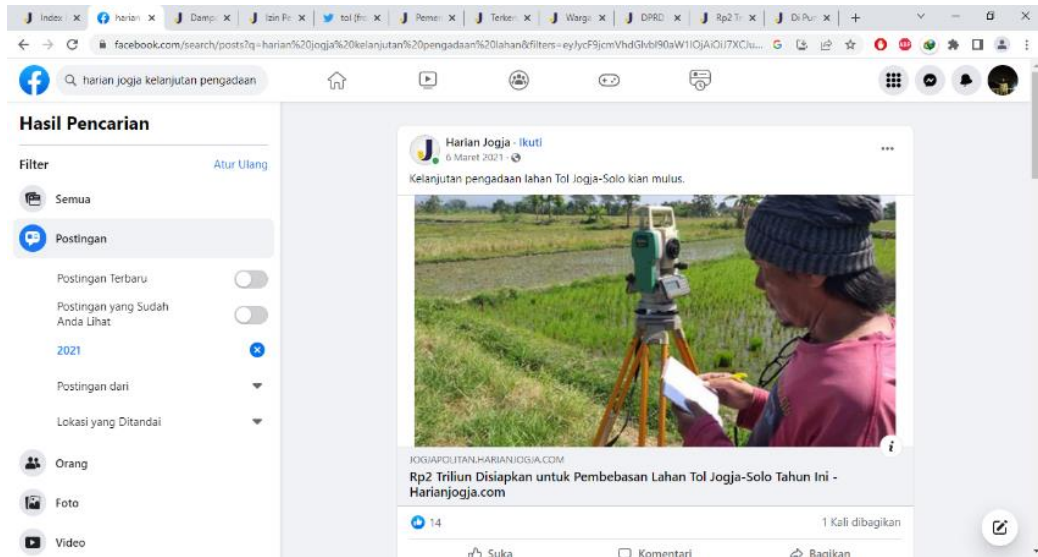


**Gambar 3.2** Publikasi berita tol di DIY pada situs web Harian Jogja



Sumber: <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/03/06/512/1065414/rp2-triliun-disiapkan-untuk-pembebasan-lahan-tol-jogja-solo-tahun-ini>

Berita juga disebarluaskan di platform Facebook dengan keterangan (*caption*) “Kelanjutan pengadaan lahan tol Jogja-Solo kian mulus”. Kemudian, dicantumkan tautan yang apabila diklik mengarah ke berita online di situs web.



**Gambar 3.3** Postingan berita tol di DIY pada Facebook Harian Jogja

Berita yang dipublikasikan di situs web otomatis terunggah ke Twitter via bot. Keterangan (*caption*) yang ditulis tidak berbeda dengan judul berita online dan fotonya. Terdapat tautan yang apabila diklik mengarah ke berita pada situs web. Tidak lupa diberi tagar supaya mempermudah pencarian.



**Gambar 3.4** Postingan berita tol di DIY pada Twitter Harian Jogja

Contoh berita selanjutnya terkait isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah pemberitaan berjudul “Tol ke YIA Prioritas” tanggal 26 Maret 2021 yang terbit pada surat kabar. Pemberitaan tersebut mengabarkan bahwa pembangunan tol menuju YIA Kulonprogo menjadi prioritas entah itu tol Jogja-Solo maupun tol Jogja-Bawen karena untuk mempercepat transportasi ke YIA dan mendukung pengembangan wisata di DIY dan Jawa Tengah. Terletak pada halaman pertama, terdapat dua narasumber yang tercantum dalam berita yaitu PPK Satker PBJH Jogja-Solo dan ketua tim PPK Satker PBJH Semarang-Jogja. Porsi narasumber seimbang. Penyampaian perwakilan satker Jogja-Solo diletakkan di awal berita. Sedangkan, penuturan perwakilan satker Semarang-Jogja diletakkan di tengah berita. Berita dikutip dari Solopos. Infografis disertakan sebagai media pendukung.



**Gambar 3.5** Berita pembangunan tol menuju YIA di surat kabar **Harian Jogja**

Karakteristik berita cetak di Harian Jogja dalam konteks liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah penyajian berita tertunda sehari setelah peristiwa, semua informasi disatukan, dan lebih komprehensif. Rata-rata judul berita online di situs web Harian Jogja berbeda dengan judul versi cetak. Narasumber dalam pemberitaan di atas versi berita online sama seperti cetak yaitu ada dua orang, PPK Satker PBJH Jogja-

Solo dan ketua tim PPK Satker PBJH Semarang-Jogja. Terdapat foto pendukung yang diunduh dari Freepik. Kemudian, perbedaannya berita online tidak selengkap surat kabar.



**Gambar 3.6** Publikasi berita tol menuju YIA di situs web Harian Jogja

Sumber:

<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/03/25/512/1067225/pemerintah-prioritaskan-pembangunan-jalan-tol-ke-yia>)

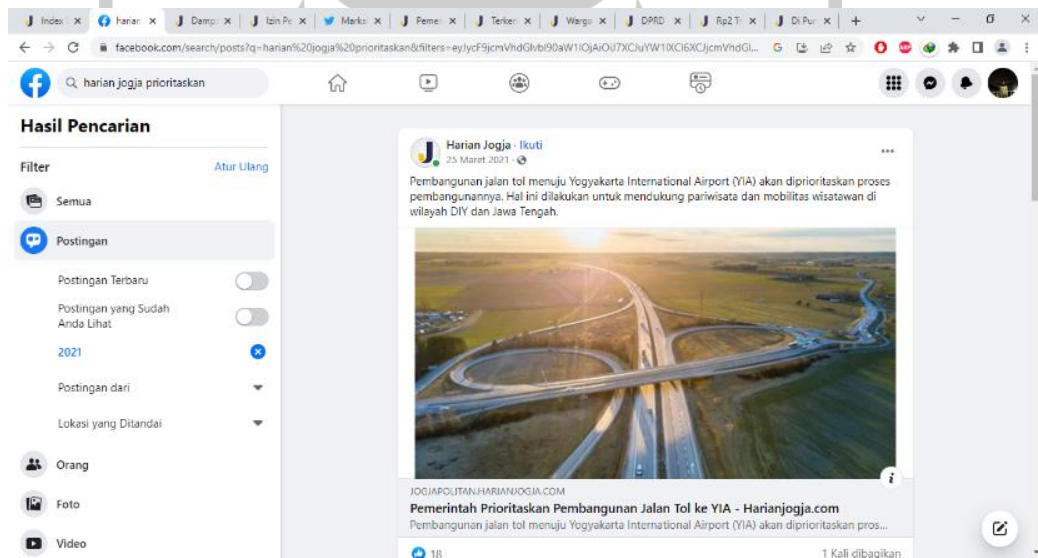
Karakteristik berita online di Harian Jogja dalam konteks liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah berita kurang mendalam seperti media cetak dan apabila ada informasi lebih lanjut berita dipecah menjadi beberapa bagian, disebut dengan berita bersambung. Bagi Harian Jogja, media online merupakan kanal utama di samping media cetak.

Situs web Harian Jogja belum mengaplikasikan metode langganan (*subscribe*) sehingga berita dapat diakses secara gratis oleh siapapun. Selain target unggahan, Harian Jogja memasang target pengunjung web [harianjogja.com](http://harianjogja.com). Perangkat analitik yang dipakai Harian Jogja dalam menganalisis jumlah pengunjung web adalah Google Analytics. Sebagai upaya memenuhi target pembaca online, Harian Jogja memperhatikan berita-berita yang mendulang klik dan melakukan variasi di bagian judul berita supaya pencarian lebih mudah dan memenuhi algoritma Google. Liputan isu pemberitaan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Harian Jogja termasuk berita yang sering diklik dan pembacanya cukup banyak.

Pemanfaatan SEO (*search engine optimization*) merupakan konsekuensi dari penerapan jurnalisme multiplatform. Industri yang bergerak dalam bidang

pendistribusian informasi di media online berlomba-lomba menggunakan metode SEO untuk mengoptimalkan situs supaya berada di urutan teratas mesin pencarian. Hal ini dilakukan untuk mendulang jumlah klik dan jumlah pembaca serta memberi keuntungan akan ketenaran perusahaan yang pada akhirnya mencapai kepercayaan publik. Dilihat dengan kaca mata tersebut dipastikan pula perusahaan akan mendapat keuntungan dari pengiklan.

Berita pembangunan tol Jogja-Solo maupun Jogja-Bawen menuju YIA diposting di Facebook dan Twitter Harian Jogja. Hampir semua berita online tentang pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta disebarluaskan di media sosial Facebook dan Twitter. Keterangan di media sosial ditulis oleh *uploader*. Dalam rentang waktu Maret-Mei 2021 tidak ada konten pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diunggah ke media sosial Instagram, Youtube maupun TikTok Harian Jogja.



**Gambar 3.7 Postingan berita tol menuju YIA di Facebook Harian Jogja**



**Gambar 3.8 Postingan berita tol menuju YIA di Twitter Harian Jogja**



b. Tribun Jogja

Memasuki tahap pelaksanaan, peliputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Tribun Jogja dimulai setelah reporter *listing* berita ke ruang redaksi pada tahap perencanaan. Setelah disetujui, reporter dapat langsung turun ke lapangan. Selaras dengan karakteristik jurnalisme multiplatform yang dijelaskan oleh Sambo dan Yusuf dalam buku yang berjudul Pengantar Jurnalisme Multiplatform (2017), reporter di Tribun Jogja dituntut untuk *multitasking* yaitu memiliki keterampilan untuk menghasilkan produk berita dalam format foto, video, cetak sekaligus online. Terkadang reporter juga menjadi pembawa acara untuk liputan lapangan. Rusadi (2012) menyebutkan bahwa kompetensi jurnalisme multiplatform diukur dari kompetensi lunak (*soft competence*) jurnalis seperti sikap kerja cepat, *multitasking*, dan perspektif serta pola jurnalis sebagai jejaring sosial. Hal ini sejalan dengan Tribun Jogja yang mengutamakan reporter bermobilitas tinggi. Ketika ada peristiwa apapun, reporter siap siaga untuk turun ke lapangan.

Reporter menulis berita membutuhkan waktu 30 menit untuk isu ringan sampai dua jam untuk isu berat. Batas waktu penyerahan berita ke redaksi maksimal pukul 19.00 untuk bagian dalam. Halaman satu atau kondisi tertentu sampai pukul 22.00 karena berita yang disajikan adalah *hot issue*, berpotensi menjadi *headline*. Setelah itu, halaman ditata oleh *layouter* lalu pengecekan terakhir. Kemudian dokumen dikirim ke percetakan pukul 23.00 maksimal pukul 01.00 dini hari. Berbeda dengan media cetak yang terdesak oleh percetakan, penyerahan berita ke media online memiliki waktu lebih fleksibel.

Pemberitaan di surat kabar terbatas dengan ruang sehingga berita yang disuguhkan memiliki nilai berita yang tinggi. Tribun Jogja menyadari bahwa masyarakat mulai meninggalkan dan kurang tertarik dengan surat kabar. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan Tribun Jogja dalam menarik minat pembaca koran adalah memperbesar foto dan grafis.

Salah satu berita yang meliput pembangunan isu tol dapat dilihat pada foto di bawah ini dengan judul “Estimasi Pembengkakan Biaya Hingga Rp300 M” terbit pada 15 Maret 2021. Berita tersebut melaporkan adanya perubahan jalur dalam rencana pembangunan tol Jogja-Solo di DIY mengakibatkan prakiraan biaya bertambah. Pemberitaan terletak pada halaman dalam surat kabar yaitu rubrik

Malioboro Blitz. Terlihat adanya infografis yang disisipkan cukup besar memuat inti berita sehingga pembaca mengetahui pokok berita secara umum tanpa harus membaca keseluruhan. Editor cetak Tribun Jogja membutuhkan waktu sekitar satu jam untuk menyiapkan bahan infografis.

Narasumber dalam berita di bawah yaitu PPK Satker PJBH Kementerian PUPR, Totok Wijayanto dan Kepala Dinas Pertanahan dan Tata Ruang DIY, Krido Suprayitno. Berita merupakan liputan langsung dengan metode wawancara. Pernyataan narasumber pertama, Totok diletakkan di awal berita sedangkan pernyataan narasumber kedua, Krido terletak di akhir berita.



**Gambar 3.9** Berita pembangunan tol Jogja-Solo di surat kabar Tribun Jogja

Sedangkan untuk media online khususnya situs web, berita ditampilkan satu hingga dua kalimat tiap paragraf. Judul berita yang dicantumkan di situs web berbeda dengan judul berita cetak. Untuk pemberitaan di atas, versi online berjudul “Biaya Membengkak, Perubahan Trase Tol Yogya-YIA Kulon Progo Tunggu Keputusan Pemerintah Pusat”. Berita online rilis sehari sebelum berita cetak terbit. Visual penunjang berita juga berbeda. Surat kabar menggunakan grafis buatan Tribun Jogja sedangkan grafis pada berita online mengutip ilustrasi dari Jasamarga. Terdapat perbedaan dari segi jumlah narasumber. Narasumber dalam berita online berjumlah tiga yaitu Kepala Dinas Pertanahan dan Tata Ruang DIY, PPK Satker PJBH Kementerian PUPR, dan wakil ketua Yayasan Pondok Pesantren Nur Iman Mlangi. Pernyataan Kepala Dispertaru DIY diletakkan di awal berita, kemudian



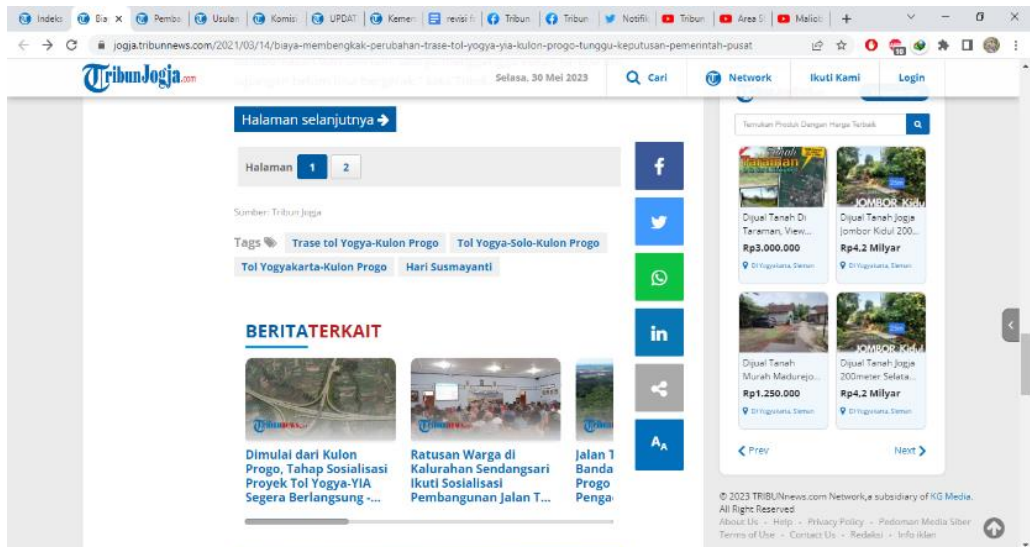
PPK Satker PJBH Kementerian PUPR, terakhir wakil ketua Yayasan Pondok Pesantren Nur Iman Mlangi. Urutan narasumber kebalikan dari versi cetak. Berita ini tidak disebarluaskan di media sosial Facebook, Twitter, Instagram, TikTok maupun Youtube Tribun Jogja.



**Gambar 3.10 Publikasi berita tol Jogja-Solo di situs web Tribun Jogja**

Sumber: <https://jogja.tribunnews.com/2021/03/14/biaya-membengkak-perubahan-trase-tol-yogya-yia-kulon-progo-tunggu-keputusan-pemerintah-pusat>

Di bawah berita dicantumkan *tags* atau kata kunci merujuk ke topik berita yang dibahas. Salah satu keuntungan yang didapat dari mencantumkan kata kunci adalah berita bisa muncul di pencarian teratas mesin pencari seperti Google lalu pembaca mengklik, menyebabkan jumlah pengunjung web bertambah. Permainan SEO diterapkan di sini. Dalam pemberitaan tersebut terdapat kata kunci trase tol Yogya-Kulon Progo, tol Yogya-Solo-Kulon Progo, tol Yogyakarta-Kulon Progo, dan Hari Susmayanti selaku editor. Di bawah *tags* ada kolom 'berita terkait' berisi rekomendasi berita dengan isu serupa.



**Gambar 3.11 Kumpulan kata kunci berita di situs web Tribun Jogja**

Sumber: <https://jogja.tribunnews.com/2021/03/14/biaya-membengkak-perubahan-trase-tol-yogya-via-kulon-progo-tunggu-keputusan-pemerintah-pusat>

Perihal jam kerja, editor cetak bekerja pada sore hari hingga tengah malam untuk surat kabar yang terbit esok hari. Proses menyunting berita memerlukan waktu 5-10 menit untuk berita ringan, 30-60 menit untuk berita yang berpotensi menjadi *headline*. Tribun Jogja menerapkan sistem saling silang antar platform, contohnya pada surat kabar dicantumkan situs web [jogja.tribunnews.com](https://jogja.tribunnews.com) untuk pembaruan berita *real time* sehingga pembaca dapat membaca informasi terbaru yang tidak ada di harian cetak tadi pagi. Selain itu, di halaman utama dicantumkan *barcode scanner* untuk video pilihan terbaik. Apabila di *scan*, pembaca akan dialihkan ke situs Youtube Tribun Jogja. Contohnya seperti foto di bawah ini.



**Gambar 3.12 Contoh barcode scanner pada surat kabar Tribun Jogja**

Editor online bekerja sesuai jam piket. Jadi, selalu ada editor yang siap siaga untuk menyunting berita. Cara kerja platform online dinamis. Perubahan taktik, skema, dan isu jauh lebih cepat dibanding cetak. Apabila ada peristiwa penting pada jam tertentu, berita bisa cepat naik ke online. Tribun Jogja mempunyai grup email kantor atau milis. Reporter mengirim hasil liputan ke platform tersebut. Editor tinggal mengunduh lalu menyunting beritanya. Proses penyuntingan berita online membutuhkan waktu 10-30 menit per berita termasuk memasukkan foto. Target harian sebanyak 15-30 unggahan berita bagi masing-masing editor. Total ada 160-200 unggahan berita tiap hari di situs [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com). Meskipun tahap perencanaan antar platform sama tetapi dalam pelaksanaannya ada sedikit perbedaan.

Contoh lain liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Tribun Jogja adalah pemberitaan berkelanjutan dampak pembangunan tol terhadap pendidikan. SMK Negeri 1 Depok termasuk salah satu dari delapan sekolah yang terkena imbasnya. Berita-berita tersebut disebarluaskan oleh Tribun Jogja di platform yang mereka miliki. Liputan ini merupakan liputan khusus.

Tanggal 21 Maret 2021, di halaman utama surat kabar Tribun Jogja terpampang judul “SMKN 1 Depok Terdampak Tol”. Berita bersambung di halaman dalam pada rubrik Tribun Buffer. Berita tersebut memberi informasi bahwa ruang praktikum dan halaman sekolah sisi timur SMK Negeri 1 Depok terdampak pembangunan tol trase Jogja-Solo. Terdapat tiga narasumber yang tercantum dalam berita yaitu Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga DIY, Kepala Dinas Pertanahan dan Tata Ruang DIY, dan PPK Satker Kementerian PUPR PJBH trase Yogya-Solo. Porsi narasumber terhitung seimbang. Masing-masing narasumber mendapat jatah kurang lebih dua baris pernyataan. Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga DIY menyatakan tidak keberatan apabila SMK Negeri 1 Depok terdampak pembangunan tol karena lahan tersebut milik negara. Kepala Dinas Pertanahan dan Tata Ruang DIY menanggapi proses pembebasan lahan sekolah terdampak menjadi kewenangan satker PJBH Kementerian PUPR. Di sisi lain, pihak satker belum bersedia menjelaskan secara detail mekanisme pembayaran dan pembebasan lahan khusus bangunan sekolah. Terlihat adanya infografis sebagai pendukung berita. Di bawah pemberitaan tersebut, tertulis sub judul “Potensi Mengubah Pintu Utama”. Liputan ini

menginformasikan sudut pandang dari pihak sekolah yaitu wakil kepala SMK Negeri 1 Depok bidang kesiswaan. Kemungkinan besar pintu utama sekolah akan diubah dan memastikan kegiatan belajar mengajar tidak terganggu.



**Gambar 3.13** Berita terdampak pembangunan tol di surat kabar **Tribun Jogja**

Berita online dipublikasikan pada hari yang sama tetapi judul berbeda. Judul dalam berita online adalah “Pembangunan Tol Yogyakarta-Solo, Nasib Lahan SMK Negeri 1 Depok Sleman yang Dilalui Trase”. Pemberitaan hanya memindah dari media cetak ke online. Perbedaan ada di ilustrasi gambar. Surat kabar menggunakan infografis sedangkan situs web menggunakan foto peta trase tol Jogja-Solo wilayah DIY.

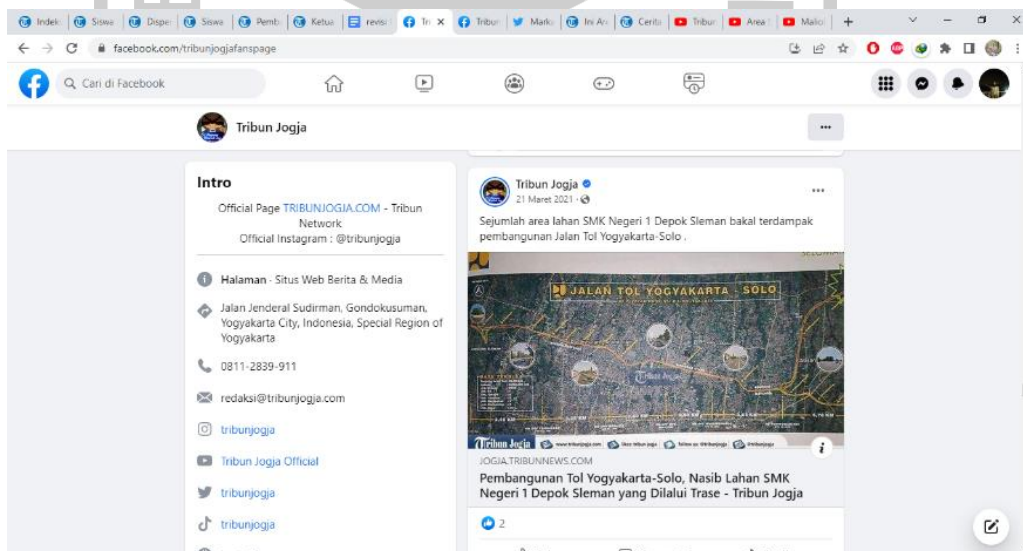




**Gambar 3.14 Publikasi berita terdampak tol di situs web Tribun Jogja**

Sumber: <https://jogja.tribunnews.com/2021/03/21/pembangunan-tol-yogyakarta-solo-nasib-lahan-smk-negeri-1-depok-sleman-yang-dilalui-trase>

Berita yang sama diunggah di Facebook Tribun Jogja dengan keterangan “Sejumlah area lahan SMK Negeri 1 Depok Sleman bakal terdampak pembangunan jalan tol Yogyakarta-Solo”. Tidak lupa disematkan tautan mengarah ke berita online di situs web.



**Gambar 3.15 Postingan berita terdampak tol di Facebook Tribun Jogja**

Berdasarkan pengamatan peneliti, Tribun Jogja cukup banyak mengangkat isu pembangunan tol sebagai liputan khusus dengan mengemas sisi *human interest*. Artinya, pemberitaan mengulik pendapat atau perasaan masyarakat terdampak. Sebagai contoh, surat kabar terbitan 23 Maret 2021 dengan judul berita “Merindu

Sekolah Sebelum Terdampak Tol”. Menjadi salah satu *headline news*, berita ini mengisahkan salah satu siswa SMK Negeri 1 Depok pasrah sekolahnya terkena proyek tol. Cerita yang telah dirajut bersama guru dan teman-teman di tempat yang terdampak akan menjadi kenangan. Narasumber berharap pembangunan jalan tol tidak mengganggu kegiatan belajar mengajar. Tidak ada foto pendukung yang disertakan dalam berita ini.



**Gambar 3.16 Berita sekolah terdampak pembangunan tol di surat kabar  
Tribun Jogja**

Pemberitaan ini menggunakan judul berbeda antara versi cetak dan versi online. Berita online di situs web berjudul “Cerita Siswa yang Setahun Tak Lihat Sekolahnya, Kini Terdampak Tol Yogya-Solo” diunggah pada hari yang sama dengan pemberitaan media cetak. Isi serta urutan penulisan berita tidak berbeda dengan surat kabar. Sebagai media pendukung, ilustrasi jalan tol pada berita online diunduh dari [kppip.go.id](http://kppip.go.id).



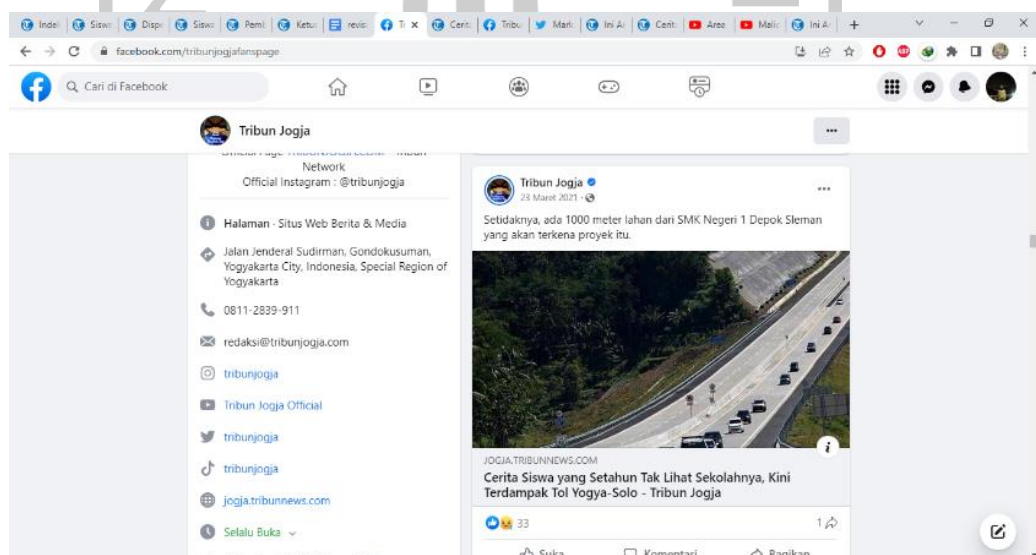




**Gambar 3.17 Publikasi berita sekolah terdampak tol di situs web Tribunjogja**

Sumber: <https://jogja.tribunnews.com/2021/03/23/cerita-siswa-yang-setahun-tak-lihat-sekolahnya-kini-terdampak-tol-yogya-solo>

Terlihat berita tersebut diposting di Facebook dan Twitter Tribunjogja. Keterangan (*caption*) di Facebook bertuliskan “Setidaknya, ada 1000 meter lahan dari SMK Negeri 1 Depok Sleman yang akan terkena proyek itu”. Tidak lupa mencantumkan tautan yang apabila diklik mengarah ke halaman berita online di situs web. Ketika mempublikasikan berita online di situs web otomatis terunggah ke Twitter via bot.

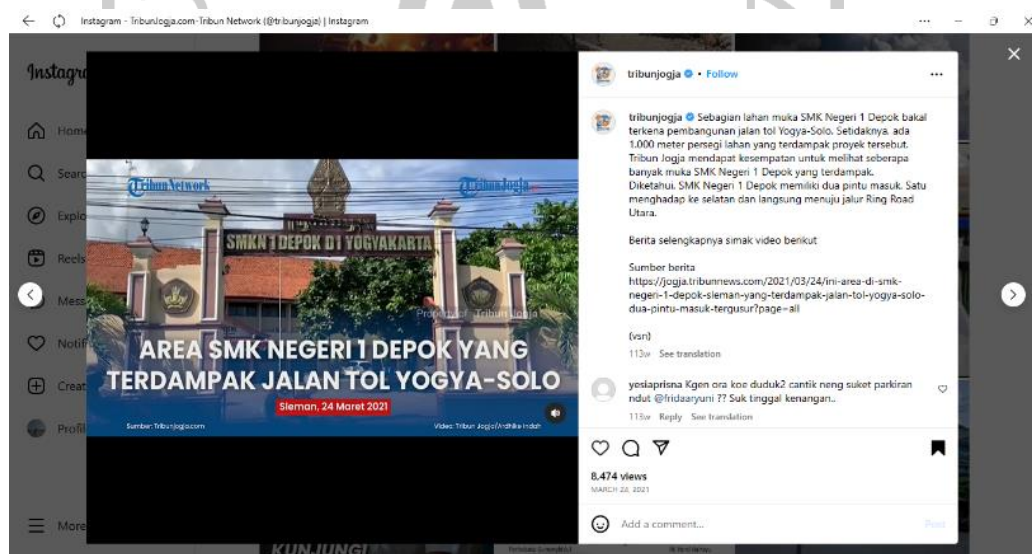


**Gambar 3.18 Postingan berita sekolah terdampak tol di Facebook Tribunjogja**

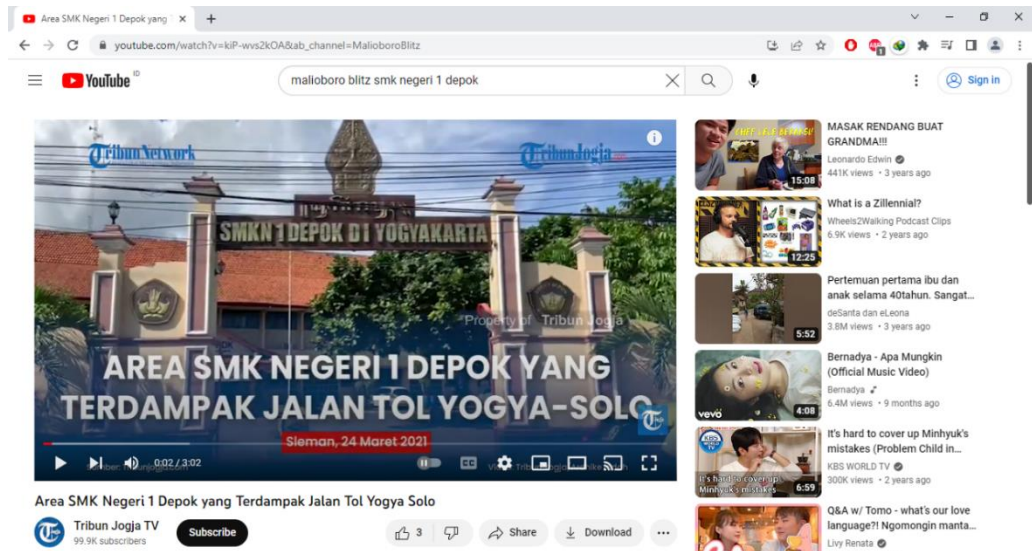


**Gambar 3.19** Postingan berita sekolah terdampak tol di Twitter Tribun Jogja

Liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo pada media Tribun Jogja tanggal 21, 22, dan 23 Maret 2021 di SMK Negeri 1 Depok terangkum dalam konten Instagram serta Youtube Tribun Jogja TV yang dipublikasikan tanggal 24 Maret 2021. Keterangan berita yang ditampilkan di media sosial ditulis oleh editor dengan sumber berita yang dihasilkan reporter tetapi dicantumkan inti beritanya saja. Hasil temuan menyatakan bahwa Tribun Jogja telah menerapkan konsep multiplatform yaitu menyebarluaskan informasi dalam format teks, foto, dan audio visual di semua platform yang Tribun Jogja miliki. Tribun Jogja memanfaatkan media online di samping media cetak semaksimal mungkin.



**Gambar 3.20** Postingan video berita pembangunan tol di Instagram Tribun Jogja



**Gambar 3.21** Postingan video berita pembangunan tol di Youtube Tribun Jogja TV

Tribun Jogja berpegang pada prinsip *one product many distribute* artinya berita didistribusikan di banyak kanal yaitu surat kabar cetak dan digital (situs web, media sosial). Hal ini sesuai dengan konteks *multichannel*. Semua platform dikelola dengan sangat baik oleh Tribun Jogja. Begitu pula untuk media sosial. Tribun Jogja memanfaatkan fitur-fitur di masing-masing media sosial dengan maksimal. Reporter di Tribun Jogja wajib *multitasking*. Reporter bekerja ala digital dalam artian mampu menulis berita secara *real time*, memotret, merekam video, dan siaran langsung. Alur kerja redaksional yang diterapkan oleh Tribun Jogja sedikit berbeda antara platform cetak dengan online dikarenakan memiliki tiga manajer yang mengelola berita, produksi, dan digital. Data yang terkumpul dari wartawan lapangan diolah kemudian disebarluaskan kepada publik dalam format cetak dan online dengan masing-masing karakteristik yang berbeda-beda. Konvergensi media maknanya saling melengkapi. Efek multiplatform pada industri surat kabar adalah pembaca dan oplah menurun karena masyarakat beralih ke digital tetapi pendapatan via iklan cetak masih tinggi.

#### c. Kedaulatan Rakyat

Alur pelaksanaan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Kedaulatan Rakyat dimulai ketika reporter mendapat penugasan tentang topik tersebut. Reporter terjun ke lapangan, menulis berita kemudian setor ke redaktur. Batas waktu pengumpulan berita maksimal pukul 19.00. Manajemen isu diterapkan pada tahap ini. Apabila isu yang diajukan



kuat, bisa menjadi kandidat di halaman utama karena memiliki *news value* yang tinggi sehingga orang tertarik untuk membaca. Setelah pengecekan, dokumen surat kabar dikirim ke percetakan maksimal pukul 23.00.

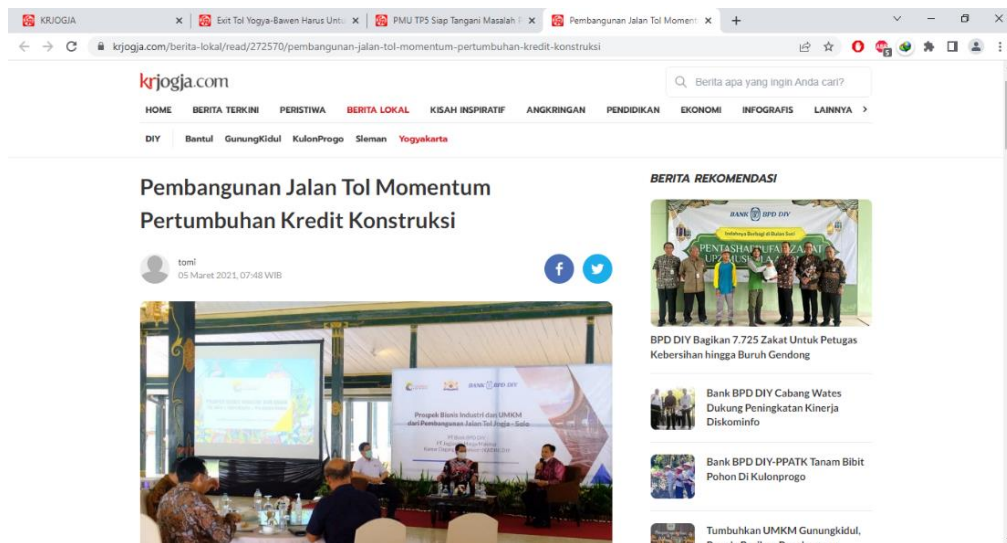
Foto di bawah merupakan salah satu pemberitaan tentang tol Jogja-Solo dilihat dari sisi ekonomi bisnis yang disajikan Kedaulatan Rakyat pada surat kabar edisi 5 Maret 2021 berjudul “Kupas Prospek Bisnis Tol Yogya-Solo”. Berita tersebut dicantumkan pada halaman utama. Narasumber dalam berita ada tiga yaitu pihak Bank BPD DIY, PT Jogjasolo Marga Makmur, dan Kamar Dagang dan Industri DIY. Berita ditulis dalam lima paragraf. Pernyataan narasumber diletakkan di paragraf ketiga (Direktur Pemasaran Bank BPD DIY) dan keempat (wakil ketua KADIN DIY). Foto dikutip dari sumber Istimewa.



**Gambar 3.22 Berita tentang bisnis pembangunan tol di surat kabar Kedaulatan Rakyat**

Dengan berita yang sama, terdapat perbedaan pada bagian judul antara berita cetak dan berita online. Berita diunggah pada tanggal yang berbarengan. Berita online ditulis dalam satu kalimat satu paragraf, pengecualian pernyataan narasumber. Berita online mencantumkan pernyataan dua narasumber yaitu Direktur Pemasaran Bank BPD DIY dan wakil ketua KADIN DIY. Pernyataan narasumber dalam surat kabar disajikan intinya saja karena keterbatasan tempat. Sedangkan, pernyataan dalam berita online lebih banyak serta diletakkan di badan

berita. Foto penunjang berita yang disisipkan antara berita cetak dan berita online sama. Berita ini tidak dibagikan di platform Facebook maupun Twitter.



**Gambar 3.23 Publikasi berita bisnis pembangunan tol di situs web Kedaulatan Rakyat**

Sumber: <https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/272570/pembangunan-jalan-tol-momentum-pertumbuhan-kredit-konstruksi>

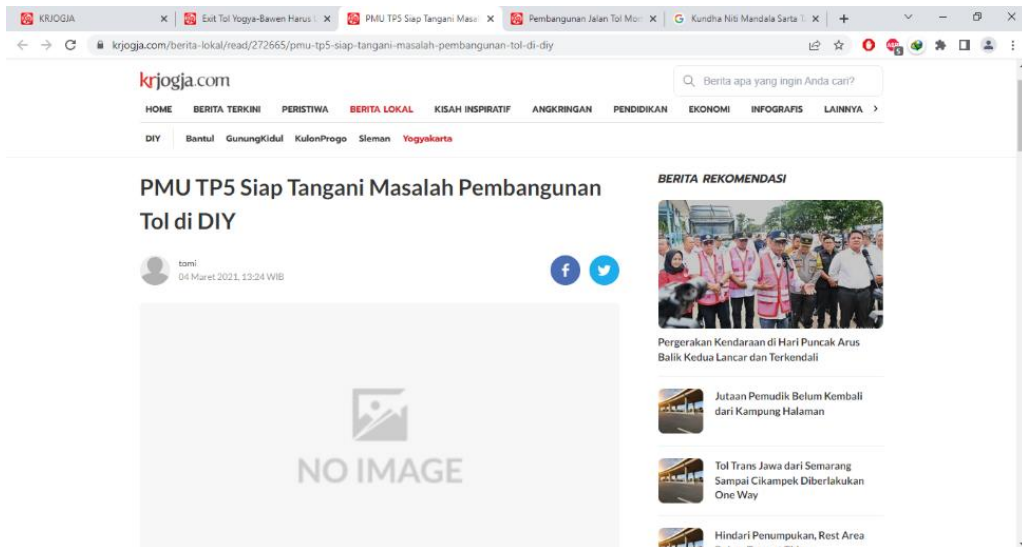
Hasil temuan lainnya adalah pemberitaan pembangunan tol pada surat kabar Kedaulatan Rakyat yang terbit sebandel dengan pemberitaan di atas. Perbedaannya, berita ini terletak di rubrik Lingkar Yogya berjudul “PMU TP5 Siap Jembatani Masyarakat”. Berita mewartakan tentang kesiapan PMU TP5 DIY apabila terjadi konflik kepentingan antara masyarakat dan pemerintah. Berita ini merupakan liputan langsung yang diliput di Komplek Kepatihan, Yogyakarta. Dari total enam paragraf, lima di antaranya memuat pernyataan narasumber yaitu ketua PMU TP5 DIY. Dalam pemberitaan ini tidak ada media pendukung yang disisipkan.



**Gambar 3.24 Berita pembangunan tol di DIY pada surat kabar Kedaulatan Rakyat**

Judul berita cetak dan berita online berbeda. Berita online berjudul “PMU TP5 Siap Tangani Masalah Pembangunan Tol di DIY”. Berita online dirilis sehari sebelum berita cetak. Hal ini berbeda dengan berita pertama yang rilis pada hari yang sama antara berita cetak maupun online. Narasumber yang tercantum dalam berita online ada dua yaitu ketua PMU TP5 DIY dan kepala Dinas Pertanahan dan Tata Ruang DIY. Berita berisi delapan paragraf dengan rincian satu paragraf kepala berita, lima paragraf pernyataan ketua PMU TP5 DIY, dan dua paragraf terakhir pernyataan kepala Dinas Pertanahan dan Tata Ruang DIY. Lagi-lagi karena keterbatasan ruang, berita cetak menampilkan isi berita lebih sedikit dibandingkan online. Tidak ada foto maupun infografis sebagai penunjang visual. Berita ini tidak dibagikan ke media sosial Facebook maupun Twitter.





**Gambar 3.25 Publikasi berita pembangunan tol di DIY pada situs web Kedaulatan Rakyat**

Sumber: <https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/272665/pmu-tp5-siap-tangani-masalah-pembangunan-tol-di-diy>

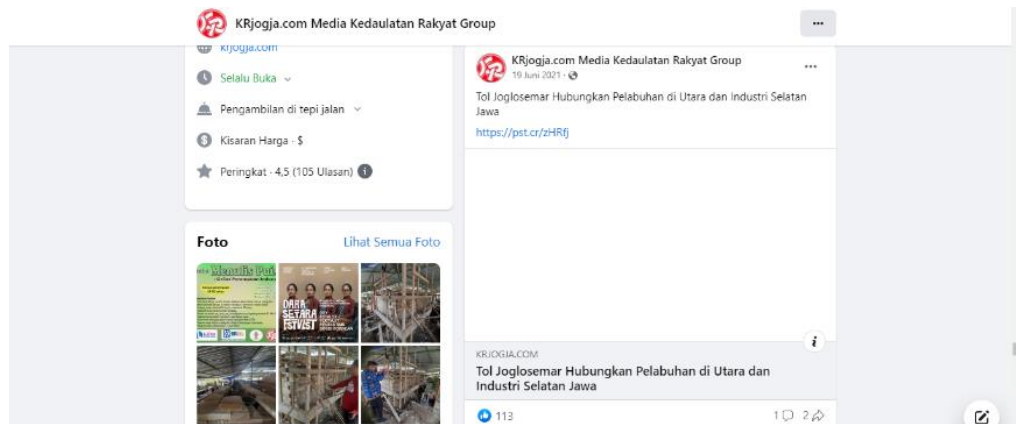
Ada pemberitaan yang hanya dipublikasikan di situs web dan media sosial tetapi tidak terbit di surat kabar. Contohnya berita berikut yang berjudul “Tol Joglosemar Hubungkan Pelabuhan di Utara dan Industri Selatan Jawa”. Jenis pemberitaan merupakan berita langsung dengan narasumber Ketua Komite Percepatan Penyediaan Infrastruktur Prioritas, Airlangga Hartanto. Berjumlah 10 paragraf, pernyataan narasumber terletak di tubuh berita. Terlihat adanya foto sebagai media pendukung.



**Gambar 3.26 Postingan berita tol Joglosemar di situs web Kedaulatan Rakyat**

Sumber: <https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/262787/tol-joglosemar-hubungkan-pelabuhan-di-utara-dan-industri-selatan-jawa>

Adanya penyeragaman konten berita di Kedaulatan Rakyat sejalan dengan karakteristik jurnalisme multiplatform yang diungkapkan oleh Sambo dan Yusuf (2017). Setelah peneliti amati, Facebook Kedaulatan Rakyat memposting berita menggunakan keterangan yang sama dengan judul berita dan mencantumkan tautan mengarah ke berita online di situs web.



**Gambar 3.27 Postingan berita tol Joglosemar di Facebook Kedaulatan Rakyat**

Berita yang dipublikasikan di situs web otomatis terunggah ke Twitter via bot. Keterangan (*caption*) ditulis sama dengan judul berita online. Apabila tautan diklik, pembaca dialihkan ke berita online yang lebih lengkap.



**Gambar 3.28 Publikasi berita tol Joglosemar di Twitter Kedaulatan Rakyat**

Melalui metode studi pustaka yang peneliti terapkan dalam rentang waktu Maret-April 2021 surat kabar Kedaulatan Rakyat hanya ada empat berita mengenai tol. Untuk media sosial Kedaulatan Rakyat, dalam rentang waktu Januari-Juli 2021 hanya ada satu pemberitaan. Berita tersebut diposting di Facebook dan Twitter. Pada periode tersebut nihil ditemui pemberitaan isu tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di media sosial lainnya seperti Instagram, TikTok, dan Youtube.

#### 4. Pengawasan (*controlling*)

##### a. Harian Jogja

Berita di Harian Jogja terlepas dari intervensi tim manajerial perusahaan. Tahap pengawasan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta di Harian Jogja berupa evaluasi soal kelengkapan berita seperti pemilihan judul, akurasi nama, kekeliruan ketik serta pemilihan *angle*. Sebelum pandemi dilakukan evaluasi per halaman secara detail tetapi tidak saat pandemi karena keterbatasan perjumpaan. Harian Jogja mengutamakan akurasi berita daripada kecepatan meskipun kecepatan itu penting. Alasannya, apabila informasi yang disampaikan salah dapat berisiko bagi kedua belah pihak baik media maupun pembaca. Apabila ada kekeliruan dalam berita online di situs web dicantumkan catatan koreksi paling cepat lima menit, paling lambat 30 menit setelah berita diunggah. Koreksi media cetak harus menunggu satu hari kemudian.

Setiap tahun, Harian Jogja memberi penghargaan kepada jurnalis berprestasi. Ada pula promosi jabatan dan bonus tahunan yang diberikan mulai tahun 2021. Pada saat pandemi, Harian Jogja mendapat laba yang cukup besar. Hukuman bagi karyawan yang melanggar peraturan perusahaan diberikan secara bertahap. Pertama, teguran lisan. Kedua, surat teguran tertulis. Ketiga, surat peringatan (tiga lapis). Apabila karyawan melakukan kesalahan berat langsung diberi SP 3 yang artinya sama dengan diberhentikan.

Salah satu target Harian Jogja adalah mengarahkan situs [harianjogja.com](http://harianjogja.com) yang saat ini diakses secara gratis perlahan diubah ke metode berbayar. Sistemnya, pengunjung tetap bisa mengakses situs dan membaca berita secara gratis namun khusus pembaca yang berlangganan, Harian Jogja menyediakan berita yang lebih mendalam dan komprehensif seperti media cetak. Saat ini redaksi memanfaatkan *push notification* di situs web supaya pelanggan mendapat notifikasi terbaru setiap Harian Jogja mengunggah berita.

Jurnalisme multiplatform bukan hanya kebutuhan media tetapi juga pembaca. Dikarenakan tuntutan pembaca, media melebarkan sayap ke multiplatform. Secara umum, kendala Harian Jogja ketika menerapkan jurnalisme multiplatform lebih ke arah teknis seperti masalah sinyal dan narasumber yang sulit dihubungi.

b. Tribun Jogja

Evaluasi di Tribun Jogja dilaksanakan pada sore hari sambil rapat *budgeting*. Editor cetak, manajer liputan, dan pemimpin redaksi melakukan *screening* berita apakah berita sesuai dengan yang direncanakan sehari sebelumnya atau harus mengubah *angle*. *Angle* berita dapat diubah apabila ada informasi yang kurang atau berita masih bisa dikembangkan. Tetapi, jika sudah *deadline* kemungkinan lainnya adalah berita diganti dengan isu nasional yang dikutip dari grup Tribun.

Pada tahap ini reporter melengkapi data yang kurang kemudian dikirim ke milis, disunting oleh editor kemudian berita masuk folder produksi. Selanjutnya, berita disalin oleh *layouter*, penataan halaman, dan dicetak hitam putih. Pengecekan terakhir dilakukan meliputi tata wajah halaman, ejaan, dan lain-lain. Ketika sudah disetujui langsung masuk ke percetakan. Bagi Tribun Jogja kecepatan berita penting dan ketepatan berita juga wajib. Meskipun berita di platform online apabila ada kekeliruan bisa dikoreksi dengan cepat, ketepatan tetap diutamakan. Ada dinding api (*firewall*) yang membatasi antara ruang redaksi dengan bagian lain di Tribun Jogja.

Salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh industri media massa yang menerapkan konvergensi adalah menyajikan berita yang menarik untuk dibaca namun tetap mematuhi kode etik jurnalistik. Evaluasi bagi divisi digital adalah tercapai atau tidaknya target pengunjung halaman (*visitor*). Penilaian wartawan berdasarkan *key*, *performance*, dan *indicator* atau disingkat KPI memengaruhi bonus akhir tahun. Penghargaan jangka panjang adalah naik jabatan. Apabila ada anggota redaksi melakukan pelanggaran, hukumannya diberi SP (surat peringatan) bahkan dimosi sampai turun jabatan.

c. Kedaulatan Rakyat

Kinerja wartawan dinilai oleh redaktur pelaksana. Wartawan terbaik diberi penghargaan berupa honorarium. Kritik dari Kedaulatan Rakyat bagi perusahaan media massa yang menerapkan multiplatform yaitu sumber daya manusia harus terlatih *multitasking*, memberikan kontribusi di berbagai platform yang dimiliki, dan wartawan harus mengikuti perkembangan media sosial. Menurut pernyataan

narasumber dari Kedaulatan Rakyat berita online memiliki kelemahan. Kelemahan tersebut menjadi kelebihan bagi media cetak sehingga meskipun peminat media cetak menurun, media cetak tidak punah begitu saja. Kedaulatan Rakyat percaya bahwa berita-berita yang disajikan surat kabar lebih meyakinkan daripada media online maupun media sosial.

Hambatan yang dialami Kedaulatan Rakyat ketika menerapkan multiplatform adalah beberapa reporter masih berkuat pada platform cetak saja mengakibatkan ada penyesuaian dari platform cetak ke platform digital. Kedaulatan Rakyat bisa dibilang cukup terlambat dalam digitalisasi. Baru sekitar tahun 2016, Kedaulatan Rakyat melebarkan sayap ke platform online.

Kesimpulannya, tahap pengawasan pada manajemen redaksional industri surat kabar berupa evaluasi secara teknis mengenai kelengkapan berita seperti pemilihan judul, ejaan, dan pemilihan *angle*. Hal ini diterapkan untuk semua platform. Khusus surat kabar, lanjut penataan halaman oleh *layouter*, kemudian apabila sudah disetujui langsung masuk ke percetakan. Selain teknis, evaluasi sumber daya manusia diterapkan pada tahap ini. Kinerja anggota redaksi dinilai oleh redaktur pelaksana atau manajer liputan. Wartawan terbaik diberi penghargaan berupa promosi jabatan, bonus tahunan atau honorarium. Hukuman bagi wartawan yang melanggar peraturan adalah teguran atau surat peringatan.





**Tabel 3.1 Manajemen Redaksional**

Manajemen multiplatform liputan isu tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen	Media		
	Harian Jogja	Tribun Jogja	Kedaulatan Rakyat
<b>Perencanaan (<i>planning</i>)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapat redaksi pertama pukul 20.00 setor isu dan pembagian tugas kepada reporter.</li> <li>• Perencanaan Harian Jogja dalam pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di semua platform sama.</li> <li>• Rapat redaksi kedua, rapat <i>budgeting</i> pukul 15.00 membahas apakah dalam pelaksanaannya, perencanaan yang telah direncanakan pada malam kemarin tereksekusi dengan baik didahului <i>listing</i> oleh reporter.</li> <li>• Rapat harian diikuti oleh pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, dan redaktur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reporter diwajibkan <i>listing</i> enam berita setiap hari dengan rincian tiga tema dan minimal tiga isu. Satu berita <i>feature</i>, satu video, dan masing-masing berita minimal ada dua foto.</li> <li>• Rapat harian diikuti oleh pemimpin redaksi, manajer liputan (<i>news manager</i>), manajer produksi (<i>production manager</i>), dan editor.</li> <li>• Ada rapat redaksi mingguan untuk merencanakan liputan khusus.</li> <li>• Ada rapat bulanan untuk membahas strategi sebulan ke depan.</li> <li>• Penentuan <i>angle</i> berita <i>news is news</i> dan <i>good news is good news</i> tanpa mengakomodasi kepentingan pihak-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan dimulai ketika ada informasi yang diterima reporter kemudian dikoordinasikan dengan redaktur. Redaktur menyampaikan ke redaktur pelaksana. Selain perseorangan, isu berita bisa juga datang dari diskusi dalam ruang redaksi.</li> <li>• Berita harus menyangkut kepentingan publik dan bermanfaat bagi sesama seperti slogan Kedaulatan Rakyat “<i>migunani tumraping liyan</i>”.</li> <li>• Karakteristik penulisan berita di Kedaulatan Rakyat yaitu bahasa yang digunakan lebih halus</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penentuan <i>angle</i> mengacu pada nilai-nilai berita serta berdampak besar bagi kepentingan publik.</li> <li>• Selain rapat harian, ada juga rapat bulanan.</li> <li>• Harian Jogja memanfaatkan aplikasi FTP. Aplikasi ini dapat diakses oleh seluruh tim redaksi Harian Jogja. Selain mengakses, bisa memasukkan file, dan mengedit folder dalam aplikasi tersebut.</li> <li>• Platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan yaitu surat kabar, situs web, media sosial Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube. Terkadang, reporter diminta liputan radio untuk Star Jogja FM.</li> </ul>	<p>pihak tertentu. Dalam pemberitaan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen tidak hanya menerapkan <i>cover both side</i> melainkan <i>cover multi side</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan Tribun Jogja dalam pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di semua platform sama.</li> <li>• Platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan yaitu surat kabar, situs web, media sosial Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube.</li> </ul>	<p>dibandingkan daerah Jawa lainnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapat redaksi melibatkan pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, terkadang direksi juga ikut rapat.</li> <li>• Perencanaan Kedaulatan Rakyat dalam pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di semua platform sama.</li> <li>• Platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan yaitu surat kabar, situs web <a href="http://krjogja.com">krjogja.com</a>, media sosial Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube.</li> </ul>
<p><b>Pengorganisasian</b> (<i>organizing</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Struktur organisasi mencakup pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur cetak dan online serta reporter.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemimpin redaksi membawahi manajer liputan (<i>news manager</i>), manajer produksi (<i>production</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Struktur organisasi mencakup pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur cetak dan online serta reporter.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ada tim aktivasi digital yang bertugas memproduksi konten digital.</li> <li>• Reporter bekerja untuk semua platform yaitu cetak dan online.</li> <li>• Reporter yang meliput pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen adalah reporter <i>desc</i> Sleman, <i>desc</i> provinsi, dan <i>desc</i> ekonomi bisnis.</li> <li>• Pembagian tim redaksi online berdasarkan <i>shift</i>.</li> <li>• Redaksi online dituntut untuk menguasai semua isu tidak hanya pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen saja karena keterbatasan sumber daya manusia, jam kerja bergilir, dan tuntutan media online yang harus <i>stand by</i> selama 24 jam.</li> <li>• Redaktur cetak dan redaktur online dipisah.</li> <li>• Harian Jogja menerapkan <i>rolling</i> bagi para pekerja paling lama dua tahun.</li> </ul>	<p><i>manager</i>), dan manajer digital (<i>digital manager</i>).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen media cetak dipisah dengan manajemen media online.</li> <li>• Penentuan anggota tim redaksi beserta jabatannya ditentukan oleh pemimpin redaksi.</li> <li>• Penempatan reporter di lapangan dikoordinasi oleh manajer liputan (<i>news manager</i>).</li> <li>• Rotasi karyawan baik reporter maupun editor dilakukan kurang lebih setahun sekali.</li> <li>• Reporter yang memberitakan warga terdampak pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen adalah reporter <i>desc</i> kabupaten dan <i>desc</i> provinsi.</li> <li>• Manajer produksi memegang halaman satu di surat kabar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rotasi karyawan merupakan kebijakan pemimpin redaksi. Rotasi dilakukan setiap dua bulan sekali, tiga bulan sekali atau enam bulan sekali.</li> <li>• Belum semua reporter di Kedaulatan Rakyat merangkap sebagai reporter media cetak dan media online. Beberapa masih fokus pada produk cetak. Reporter yang bekerja pada dua platform sekaligus (cetak dan online) adalah reporter yang mempunyai minat di media online.</li> </ul>
--	---	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ada tim SEO yang bercabang di kanal bola, selebritis, dan <i>lifestyle</i>.</li> <li>• Pengorganisasian dalam media online dibagi menjadi editor online, tim media sosial, dan editor video.</li> <li>• Reporter harus <i>all around</i>, dapat mengerjakan semua liputan dan bekerja untuk semua platform yang dimiliki Tribun Jogja.</li> </ul>	
<b>Pelaksanaan (<i>actuating</i>)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reporter dituntut untuk mengerjakan produk multiplatform yaitu platform cetak, online, dan terkadang siaran radio.</li> <li>• Dimulai sejak ditugaskannya reporter setelah rapat redaksi pada malam hari. Reporter menulis minimal tiga berita setiap hari.</li> <li>• Pukul 14.45 reporter setor satu rancangan ke ruang redaksi berisi alur berita yang akan ditulis. Istilah ini disebut <i>listing</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reporter dituntut untuk <i>multitasking</i> yaitu memiliki keterampilan untuk menghasilkan produk berita dalam format foto, video, cetak sekaligus online. Sekaligus menjadi pembawa acara untuk liputan lapangan.</li> <li>• Tribun Jogja yang mengutamakan reporter bermobilitas tinggi. Ketika ada peristiwa apapun, reporter siap siaga untuk turun ke lapangan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beberapa reporter sudah menerapkan <i>multitasking</i>. Terkadang reporter diminta untuk live report di KR Radio.</li> <li>• Pelaksanaan dimulai ketika reporter mendapat penugasan tentang topik tersebut.</li> <li>• Batas waktu pengumpulan berita maksimal pukul 19.00.</li> <li>• Apabila berita yang diajukan kuat dan memiliki nilai berita tinggi</li> </ul>

	<p>Rancangan dirapatkan dalam rapat <i>budgeting</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Batas waktu penyerahan berita dibagi dua lapis. Pertama, pukul 16.30. Kedua, pukul 19.30.</li> <li>• Untuk produksi berita online, sebelum pukul 12.00 reporter wajib menyerahkan satu berita untuk diunggah ke situs web.</li> <li>• Redaksi online menentukan jam-jam krusial untuk mengunggah berita.</li> <li>• Media online merupakan kanal utama di samping media cetak.</li> <li>• Harian Jogja telah menerapkan konsep konvergensi media yaitu multimedia, <i>multichannel</i>, dan <i>multiplatform</i>.</li> <li>• Pemanfaatan SEO diterapkan Harian Jogja dengan memperhatikan berita-berita yang mendulang klik dan melakukan variasi di bagian judul berita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Batas waktu penyerahan berita pukul 19.00 untuk bagian dalam, pukul 22.00 halaman satu. Berbeda dengan cetak, sistem kerja online lebih fleksibel.</li> <li>• Strategi yang diterapkan dalam menarik minat pembaca koran adalah memperbesar foto dan grafis.</li> <li>• Berita online diketik satu paragraf cukup satu atau dua kalimat saja.</li> <li>• Di bawah berita online dicantumkan <i>tags</i> atau kata kunci merujuk ke suatu topik berita yang dibahas.</li> <li>• <i>Caption</i> di media sosial diambil dari berita reporter dan disortir jadi inti beritanya saja.</li> <li>• Editor cetak bekerja pada sore hari sampai tengah malam.</li> <li>• Editor juga menyiapkan bahan grafis dan dua <i>teaser</i>.</li> </ul>	<p>bisa dicantumkan di halaman pertama tetapi apabila biasa saja dicantumkan di halaman dalam.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya penyeragaman konten berita cetak dan berita online.</li> <li>• Media online menjadi kanal utama bersama media cetak.</li> <li>• Judul berita tentang pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di DIY antara media cetak dan media online berbeda.</li> <li>• Jumlah narasumber antara berita cetak dan berita online berbeda karena berita cetak terbatas dengan ruang. Dalam konteks pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di DIY pada periode Maret-Mei 2021 hanya ada 3 berita dan merupakan liputan langsung.</li> </ul>
--	--	---	--



	<p>supaya pencarian lebih mudah dan memenuhi algoritma Google.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Judul berita tentang pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di DIY antara media cetak dan media online berbeda.</li> <li>• Jumlah narasumber antara berita cetak dan berita online terkadang sama, terkadang berbeda. Dalam konteks pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di DIY pada periode Maret-April 2021 ada 5 liputan langsung dan 2 berita kutipan.</li> <li>• Porsi setiap narasumber di Harian Jogja seimbang. Posisi narasumber sebagai informan.</li> <li>• Visualisasi yang digunakan sebagai pendukung berita di antaranya infografis, foto yang dikutip dari sumber berita lain seperti Solopos, dan gambar dari <i>sample</i> foto gratis. Foto yang disisipkan di berita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tribun Jogja menerapkan sistem saling silang antarplatform.</li> <li>• Editor online diberlakukan jam piket jadi selama 24 jam ada yang siap siaga untuk menyunting berita.</li> <li>• Tribun Jogja mempunyai grup email kantor (milis). Reporter mengirim semua hasil liputan ke platform tersebut. Editor tinggal mengunduh lalu menyunting beritanya.</li> <li>• Tribun Jogja menerapkan SEO. Tim digital harus menguasai permainan kata kunci atau keyword supaya berita dapat muncul di pencarian teratas.</li> <li>• Tribun Jogja berpegang pada prinsip <i>one product many distribute</i> artinya berita didistribusikan di banyak kanal yaitu surat kabar dan online.</li> <li>• Judul berita tentang pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di DIY</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porsi setiap narasumber di Kedaulatan Rakyat seimbang. Posisi narasumber sebagai informan.</li> <li>• Visualisasi yang digunakan sebagai pendukung berita adalah foto jurnalistik. Foto yang disisipkan sama antara berita cetak dan berita online.</li> <li>• Pada periode Maret-Mei 2021 tidak ada pemberitaan tentang jalan tol di semua media sosial. Ada 1 postingan di Facebook dan Twitter tetapi pada bulan Juni 2021. <i>Caption</i> sama dengan judul berita online, mencantumkan tautan berita online.</li> </ul>
--	---	--	---

	<p>cetak dan online ada yang berbeda, ada yang sama.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Caption</i> yang ditulis di Facebook berbeda dengan judul berita cetak ataupun online, mencantumkan tautan berita online. Untuk postingan Twitter menggunakan bot. <i>Caption</i> sama dengan judul berita online, mencantumkan tautan berita online, mencantumkan tagar. Dalam rentang waktu Maret-Mei 2021 tidak ada konten pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen yang diunggah ke Instagram, Youtube maupun TikTok.</li> </ul>	<p>antara media cetak dan media online berbeda.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah narasumber antara berita cetak dan berita online terkadang sama, terkadang berbeda. Dalam konteks pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di DIY pada periode Maret-Mei 2021 ada 15 liputan langsung dan tidak ada berita kutipan.</li> <li>• Porsi setiap narasumber di Tribun Jogja seimbang. Posisi narasumber sebagai informan.</li> <li>• Visualisasi yang digunakan sebagai pendukung berita di antaranya infografis, ilustrasi, foto jurnalistik, dan foto yang dikutip dari sumber berita lain. Foto yang disisipkan antara berita cetak dan online ada yang berbeda, ada yang sama.</li> <li>• <i>Caption</i> berbeda dengan judul cetak ataupun online, mencantumkan tautan</li> </ul>	
--	---	---	--

		<p>berita online. Untuk postingan Twitter menggunakan bot. <i>Caption</i> sama dengan judul berita online, mencantumkan tautan berita online.</p> <p>Untuk Instagram periode Maret-Mei 2021 ada 1 postingan pembangunan jalan tol. Konten berisi rangkuman berita khusus tol yang sudah terbit hari-hari sebelumnya. <i>Caption</i> ditulis oleh editor dengan sumber berita dari reporter. Dalam periode yang sama, ada 1 postingan Youtube tentang pembangunan jalan tol. Video sama dengan video Instagram hanya beda di platform unggah.</p>	
<p><b>Pengawasan (<i>controlling</i>)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berita terlepas dari intervensi atau campur tangan tim manajerial perusahaan.</li> <li>• Tahap pengawasan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluasi dilaksanakan pada malam hari setelah pengumpulan berita yang disebut rapat <i>budgeting</i> yaitu melakukan <i>screening</i> apakah berita sesuai dengan yang direncanakan sehari sebelumnya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wartawan terbaik diberi penghargaan berupa honorarium.</li> <li>• Kedaulatan Rakyat menganggap berita online memiliki sisi kelemahan. Kelemahan tersebut menjadi kelebihan bagi media</li> </ul>

	<p>berupa evaluasi soal kelengkapan berita seperti pemilihan judul, akurasi nama, kekeliruan ketik serta pemilihan <i>angle</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redaksi memanfaatkan media sosial dan <i>push notification</i> pada situs web.</li> <li>• Apabila ada kekeliruan, dicantumkan koreksi paling lambat 30 menit setelah berita diunggah kalau media cetak harus menunggu satu hari kemudian.</li> <li>• Ada evaluasi bulanan.</li> <li>• <i>Reward</i> berupa memberi penghargaan kepada jurnalis berprestasi, promosi jabatan, dan bonus tahunan yang diberikan mulai tahun 2021.</li> <li>• Hukuman bagi karyawan yang melanggar peraturan perusahaan yaitu pertama, diberi teguran lisan. Kedua, surat teguran tertulis. Ketiga, surat peringatan (tiga lapis). Apabila karyawan melakukan kesalahan berat langsung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pada tahap ini reporter melengkapi data yang kurang kemudian dikirim ke milis, diolah oleh editor, setelah disunting berita masuk folder produksi. Selanjutnya, berita disalin oleh <i>layouter</i>, ditata halamannya, dan dicetak hitam putih. Pengecekan terakhir dilakukan meliputi tata wajah halaman, ejaan, dan lain-lain. Ketika sudah disetujui langsung masuk ke percetakan.</li> <li>• Parameter evaluasi bagi divisi digital adalah target pengunjung halaman (<i>visitor</i>).</li> <li>• Penilaian wartawan berdasarkan <i>key</i>, <i>performance</i>, dan <i>indicator</i> atau disingkat KPI.</li> <li>• <i>Reward</i> berupa bonus ganti tahun, kenaikan gaji, dan naik jabatan. Apabila ada anggota redaksi melakukan pelanggaran, hukumannya</li> </ul>	<p>cetak sehingga meskipun peminat media cetak menurun tidak serta merta hilang begitu saja. Kedaulatan Rakyat percaya bahwa berita-berita yang disajikan surat kabar lebih meyakinkan daripada media online dan media sosial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Langkah yang dilakukan Kedaulatan Rakyat supaya tetap bertahan di era multiplatform ini adalah menyediakan ruang iklan di platform cetak, situs web, media sosial bahkan radio.</li> </ul>
--	--	--	--

	<p>diberi SP 3 yang artinya sama dengan diberhentikan.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Salah satu target Harian Jogja adalah mengarahkan situs <a href="http://harianjogja.com">harianjogja.com</a> yang saat ini diakses secara gratis perlahan diubah ke metode berbayar.</li></ul>	<p>diberi SP (surat peringatan) bahkan dimosi sampai turun jabatan.</p>	
--	---	---	--





Sejalan dengan teori Bardoel dan Deuze (dalam Sambo dan Yusuf, 2017:89) dalam kerangka teori di atas yang mengungkapkan bahwa multiplatform artinya media massa menyampaikan berita melalui beberapa platform dapat disimpulkan bahwa Harian Jogja menyebarluaskan berita melalui surat kabar, situs web, media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube), dan radio sebagai penyokong Star Jogja FM. Tribun Jogja menyebarluaskan berita melalui surat kabar, situs web, dan media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube). Kedaulatan Rakyat menyebarluaskan berita melalui surat kabar, situs web, media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube), dan KR Radio.

Kunci dari konvergensi adalah digitalisasi. Konvergensi media membuat khalayak dapat memilih platform mana yang akan dikonsumsi karena beragam konten disebarluaskan di berbagai macam platform. Mulai dari tulisan, gambar, foto, grafik, audio, video bahkan gabungan dari semua itu dapat ditemukan di satu platform. Konsekuensinya, konvergensi media menuntut jurnalis untuk *multitasking*. Hal ini sejalan dengan karakteristik jurnalisme multiplatform oleh Sambo dan Yusuf (2017) yaitu jurnalis mampu meliput, menulis berita, memotret foto, merekam gambar sampai melaporkan secara langsung dari tempat kejadian dalam sekali waktu liputan untuk disajikan di platform yang berbeda. Praktik jurnalisme serba bisa dan serba cepat adalah konsekuensi dari jurnalisme multiplatform.

Dalam pemberitaan tidak boleh terjadi keberpihakan terhadap suatu kubu. Pekerja pers berusaha mendapatkan informasi dari berbagai pihak sehingga menghasilkan berita yang berimbang (Mondry, 2008). Perbandingan tersebut membantu pembaca memperoleh pandangan-pandangan dalam isi berita. Hasil temuan menunjukkan bahwa karakteristik jurnalisme multiplatform yang dikutip dari Sambo dan Yusuf dalam buku Pengantar Jurnalisme Multiplatform berlaku untuk penelitian ini.

1. Reporter Harian Jogja, Tribun Jogja, dan beberapa reporter Kedaulatan Rakyat mampu meliput, memotret, menulis, melaporkan secara langsung, dan merekam video dalam sekali waktu liputan untuk disajikan di platform cetak, online, dan media sosial.
2. Reporter Harian Jogja, Tribun Jogja, dan beberapa reporter Kedaulatan Rakyat memiliki keterampilan untuk menghasilkan produk tulisan, video, dan foto.
3. Adanya penyeragaman konten berita di berbagai platform Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat. Meskipun terkadang berbeda waktu rilis ataupun berbeda judul dan urutan penulisan, topik yang diangkat sama dalam konteks ini pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. Konvergensi, antar platform, dan *cross media ownership* tidak asing bagi ketiga media tersebut. Tribun Jogja merupakan perusahaan media di bawah grup Tribun, bagian dari Kompas Gramedia. Harian Jogja merupakan perusahaan media dalam jaringan Bisnis Indonesia Group. Kedaulatan Rakyat merupakan perusahaan media tertua di DIY dalam naungan Kedaulatan Rakyat Group yang juga mengampu Koran Merapi.

Perusahaan media massa tidak hanya mengandalkan keuntungan dari menjual koran cetak saja tetapi juga dari sektor lain seperti menyediakan ruang iklan di platform cetak, situs web, dan media sosial. Di samping pemberitaan, Tribun Jogja memiliki usaha *event organizer*. Kedaulatan Rakyat mempunyai usaha lain selain media massa salah satunya bisnis properti. Tidak dapat dipungkiri, faktor perusahaan media massa dapat bertahan yaitu modal karena penerapan multiplatform membutuhkan biaya yang besar. Sejalan dengan Kristanto (2019) yang mengungkapkan bahwa ruang redaksi tidak dapat bekerja sendiri apabila ingin bertahan. Media konvensional berkolaborasi antara jurnalisme yang berprinsip independen dan bidang bisnis. Berawal dari *newsroom*, kemudian *newsbrand*, *newscommunity* dan *newscommerce*, menjadi *newscollaboration* dan *newscorporations*.

Sebagai media massa lokal, Tribun Jogja, Harian Jogja, dan Kedaulatan Rakyat memiliki peran memuat konten-konten dalam cakupan wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya yang disebarluaskan kepada masyarakat lokal. Terlihat dari jumlah halaman surat kabar Harian Jogja yang semakin sedikit, dari yang awalnya 20 halaman menjadi 12 halaman karena beberapa halaman yang sifatnya non lokal melebur menjadi satu halaman atau dijadikan satu di halaman nasional. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Sunarwan (2017) bahwa media lokal menonjolkan berita dalam lingkup daerah sedangkan pusat diberi porsi lebih sedikit. Hasil temuan menunjukkan bahwa karakteristik media massa lokal sebagaimana diungkapkan oleh Noveri dalam Rachelita (2013) berlaku untuk penelitian ini.

1. Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat dikelola oleh perusahaan yang berdomisili di tempat yang sama dengan target pembaca. Ketiga media tersebut merupakan perusahaan yang tumbuh dan berkembang di Yogyakarta.
2. Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat. Ketiga media tersebut memberitakan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan perspektif masing-masing namun satu tujuan yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi.

3. Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat memprioritaskan berita atau peristiwa yang terjadi dalam masyarakat setempat seperti liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Khalayak Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat merupakan masyarakat setempat yang berdomisili sama dengan pengelola media.

Penerapan multiplatform pada perusahaan media massa merupakan salah satu dampak dari semakin mudahnya masyarakat memperoleh informasi. Mau tidak mau perusahaan media massa mulai berbenah, tidak hanya mengandalkan platform cetak tetapi juga platform online. Dengan fasilitas yang tersedia, reporter dimudahkan dalam memproduksi konten video. Tidak mesti menggunakan kamera profesional, kamera ponsel pun bisa digunakan reporter untuk meliput berita yang membutuhkan video. Kecepatan internet di kota-kota besar sudah cukup cepat dan harga kuota internet lebih terjangkau sehingga memudahkan reporter dalam memproduksi berita. Sekarang, hampir semua orang memiliki *smartphone* dan tersedia *wifi* publik di berbagai tempat. Oleh karena itu, masyarakat sangat mudah mengakses berita hanya dari genggamannya.

Berkaitan dengan model konvergensi jurnalistik menurut Grant dalam Supadiyanto (2020:154) terdapat tiga jenis konvergensi, yakni sebagai berikut:

1. Konvergensi *newsroom*. Jurnalis yang berbeda platform (cetak dan online) bersatu dalam satu ruang produksi berita. Jurnalis mengerjakan tugas sesuai platform media yang diampu.
2. Konvergensi *newsgathering*. Jurnalis dituntut untuk *multitasking* yaitu melakukan pekerjaan jurnalistik mulai dari menulis berita untuk cetak dan online, mengambil foto, merekam video, liputan untuk radio bahkan pembawa acara di berbagai platform dalam satu grup media.
3. Konvergensi konten. Berita disuguhkan dalam bentuk multimedia yaitu kombinasi antara teks, audio, gambar, video, blog, bahkan *podcast*. Reporter dan editor menjadi *content producer* yang dilatih untuk membuat alur berita menjadi unik dan efektif.

Dari hasil temuan dapat dianalisis bahwa ketiga media memberlakukan konvergensi *newsroom*, *newsgathering*, dan konten. Dalam konteks konvergensi *newsroom*, ketiga media memiliki satu perencanaan meskipun berbeda platform. Ketika tahap pelaksanaan jurnalis mengerjakan tugas sesuai platform yang dipegang. Dalam konteks konvergensi *newsgathering*, reporter ketiga media melakukan pekerjaan secara *multitasking* yaitu mengumpulkan informasi, menulis berita untuk platform cetak dan online, memotret, merekam video bahkan *live report*. Jurnalis di Harian Jogja menggunakan aplikasi FTP

untuk mengakses, memasukkan naskah berita, dan mengedit folder sehingga terintegrasi dan memudahkan dalam bekerja. Tribun Jogja juga menggunakan aplikasi serupa untuk mengumpulkan seluruh kiriman berita dari reporter sehingga memudahkan editor untuk mengunduh berita kemudian menyuntingnya.

Dalam momen-momen tertentu konvergensi *newsgathering* terlihat pada Star Jogja FM (radio yang diakuisisi Harian Jogja) dan KR Radio. Ada peristiwa-peristiwa tertentu di saat radio membutuhkan reporter untuk melaporkan secara langsung dari tempat kejadian dalam bentuk suara. Misal, suasana malam tahun baru, malam takbiran atau pemilihan kepala daerah. Reporter di Harian Jogja dan Kedaulatan Rakyat dituntut memiliki kemampuan melaporkan secara langsung dari lapangan untuk kebutuhan reportase radio sehingga kebutuhan masing-masing platform terpenuhi oleh sumber daya manusia yang tersedia. Dalam konteks konvergensi konten, perusahaan media massa menyuguhkan produk berita berupa teks, gambar, audio, dan video dengan beberapa topik yang sama semenarik mungkin yang disebarluaskan di berbagai platform termasuk media sosial terutama Instagram, TikTok, dan Youtube.

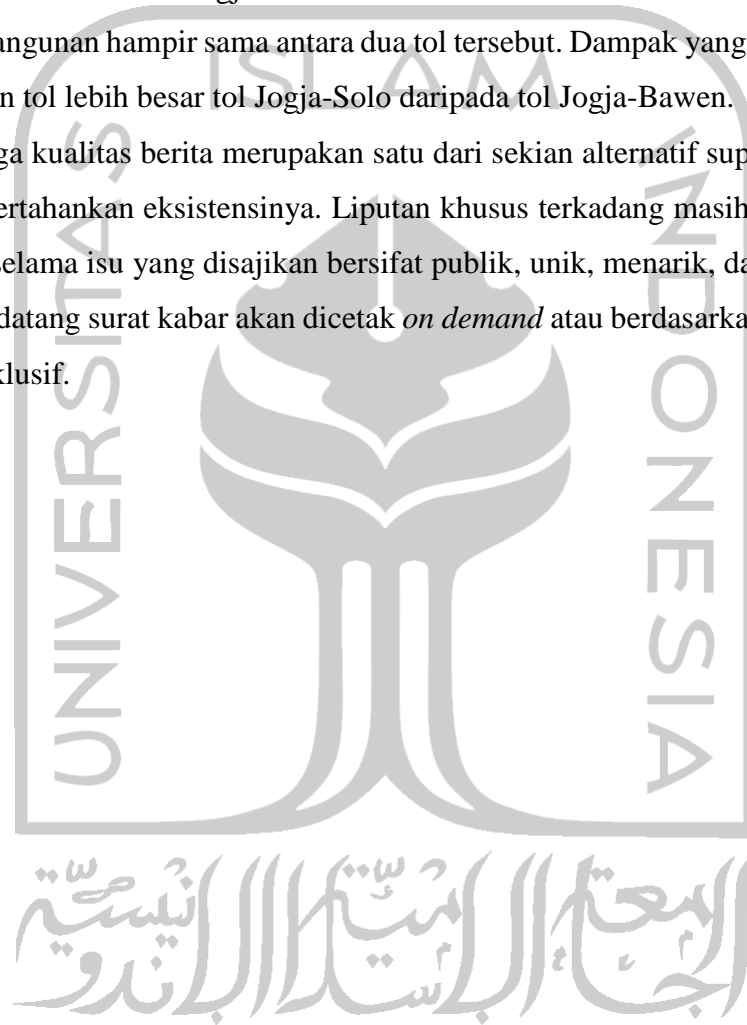
Dari temuan terkait liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen yang dibangun di Daerah Istimewa Yogyakarta, ditemukan bahwa Harian Jogja secara terang-terangan sepakat dan memiliki perspektif positif tentang pembangunan tol. Harian Jogja sangat informatif terhadap isu ini. Cukup banyak pemberitaan tentang tol di surat kabar maupun berita online. Tujuan dibangunnya tol sebagai sarana memperlancar logistik dan mobilitas manusia. Perputaran ekonomi di DIY digerakkan oleh sektor pariwisata dan pendidikan. Sektor pariwisata merupakan sektor yang tidak lepas dari sektor logistik, transportasi, dan UMKM. Pengelolaan destinasi wisata yang melibatkan UMKM dapat mendongkrak perekonomian masyarakat. Hal ini sejalan bahwa media dalam pemberitaan isu pembangunan memiliki peran membentuk opini publik seperti apa yang diungkapkan Sunarwan (2017).

Dalam liputan isu pembangunan tol ini, Tribun Jogja menghindari berita SARA. Tribun Jogja menerapkan prinsip jurnalisme berita deskriptif. Reporter harus ke lapangan untuk menemui warga terdampak dan membuat berita. Dari situlah muncul cerita-cerita unik dan menarik yang disampaikan oleh warga yang dapat dipakai sebagai bahan berita. Tribun Jogja mengemas berita dari sisi *human interest* misalnya kisah di balik warga terdampak tol. Contohnya, cerita siswa yang sekolahnya terdampak tol. Dia bercerita banyak kenangan yang telah dirajut di tempat yang akan tergusur jalan tol.

Kedaulatan Rakyat memposisikan diri melayani pembaca. Apabila ada informasi menarik terkait pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen yang sekiranya dibutuhkan oleh masyarakat, Kedaulatan Rakyat siap memberikan layanan terbaik dengan berbagai informasi yang berkualitas. Menilik dari hasil temuan, sangat sedikit berita pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen yang diangkat oleh Kedaulatan Rakyat dibandingkan dua media lainnya.

Liputan pemberitaan tol Jogja-Solo lebih intens dibanding tol Jogja-Bawen di ketiga media karena tol Jogja-Solo lebih dahulu direncanakan. Prinsip kerja dan konstruksi bangunan hampir sama antara dua tol tersebut. Dampak yang ditimbulkan oleh pembangunan tol lebih besar tol Jogja-Solo daripada tol Jogja-Bawen.

Menjaga kualitas berita merupakan satu dari sekian alternatif supaya media massa dapat mempertahankan eksistensinya. Liputan khusus terkadang masih menarik di mata masyarakat selama isu yang disajikan bersifat publik, unik, menarik, dan baru. Mungkin di masa mendatang surat kabar akan dicetak *on demand* atau berdasarkan permintaan dan menjadi eksklusif.



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan mengenai manajemen multiplatform liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat fungsi manajemen redaksional dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perencanaan Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat dalam pemberitaan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di semua platform sama. Platform yang digunakan dalam pemberitaan pada ketiga media tersebut adalah surat kabar, situs web, dan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube. Terkadang, reporter Harian Jogja dan Kedaulatan Rakyat diberi tugas untuk liputan radio. Perbedaan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen dengan isu lainnya adalah pembangunan tol merupakan agenda terencana. Jadi, tidak setiap hari ada. Sudah tersedia jadwal setiap kegiatan.
2. Struktur organisasi Harian Jogja dan Kedaulatan Rakyat sama. Sedangkan, di Tribun Jogja ada tiga manajer setara dengan redaktur pelaksana di bawah pemimpin redaksi yaitu manajer liputan (*news manager*), manajer produksi (*production manager*), dan manajer digital (*digital manager*). Reporter yang meliput pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Harian Jogja adalah reporter *desc* Sleman, *desc* provinsi, dan *desc* ekonomi bisnis. Sedangkan, di Tribun Jogja adalah reporter *desc* kabupaten dan *desc* provinsi. Pada ketiga media, editor cetak dan editor online terpisah. Reporter bekerja untuk semua platform yaitu cetak dan online. Kekurangan di Kedaulatan Rakyat yaitu beberapa reporter masih fokus pada platform cetak saja. Reporter yang merangkap dua platform sekaligus adalah reporter yang mempunyai minat di media online.
3. Pada tahap pelaksanaan, reporter dituntut untuk *multitasking* yaitu mampu menulis berita, memotret, merekam video, dan menjadi pembawa acara liputan langsung dalam sekali waktu liputan. Pemanfaatan SEO diterapkan di ketiga media tersebut. Di bawah berita online dicantumkan *tags* atau kata kunci merujuk ke topik yang dibahas. Harian Jogja dan Tribun Jogja memanfaatkan aplikasi FTP untuk mempermudah pekerjaan. Judul berita tentang pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen antara media cetak dan media online berbeda di ketiga media. Visualisasi berita menggunakan infografis, ilustrasi atau foto jurnalistik. Berita ketika dipublikasikan di situs web bisa jadi lebih



ringkas atau lebih panjang daripada berita cetak. *Caption* di media sosial ditulis dengan sumber berita reporter yang disortir inti beritanya saja. Untuk postingan Facebook dan Twitter dicantumkan tautan yang mengarah ke berita di situs web. Konten video yang diunggah di Instagram sama dengan yang diunggah di Youtube. Ada penyeragaman antara konten berita cetak dan online. Media online menjadi kanal utama bersama media cetak.

4. Tahap pengawasan berupa evaluasi soal kelengkapan berita seperti pemilihan judul, akurasi nama, kekeliruan ketik, pemilihan *angle*, dan tata wajah halaman. Apabila ada kekurangan informasi, reporter diharap melengkapi data. Selain permasalahan teknis, kinerja karyawan juga dievaluasi. Penghargaan diberikan kepada jurnalis berprestasi berupa promosi jabatan, bonus tahunan, dan kenaikan gaji. Hukuman bagi karyawan yang melanggar peraturan perusahaan adalah teguran atau surat peringatan.

Beberapa tahun terakhir, pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi sorotan media lokal. Perspektif Harian Jogja, Tribun Jogja, dan Kedaulatan Rakyat dalam menanggapi serta memberitakan pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen dijabarkan sebagai berikut:

1. Harian Jogja sepakat dan memiliki perspektif positif tentang pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di DIY. Tol sebagai sarana memperlancar logistik dan mobilitas manusia. Perputaran ekonomi di DIY digerakkan oleh sektor wisata dan pendidikan. Harian Jogja sangat informatif terhadap isu ini. Dibuktikan dalam kurun waktu dua bulan yaitu Maret-April 2021 ada tujuh berita yang diangkat. Liputan berita lebih intens ke isu tol Jogja-Solo.
2. Dalam menulis pemberitaan isu pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen, Tribun Jogja menghindari berita berkonflik tinggi dan problematik. Tribun Jogja mengemas berita dari sisi *human interest*. Kisah-kisah unik dan menarik yang disampaikan warga terdampak diangkat Tribun Jogja sebagai bahan berita. Dalam memberitakan isu ini, Tribun Jogja cukup informatif dibuktikan dalam waktu tiga bulan yaitu Maret-Mei 2021 ada 15 berita yang diangkat.
3. Kedaulatan Rakyat memosisikan diri melayani pembaca. Apabila ada informasi yang sekiranya dibutuhkan oleh masyarakat, Kedaulatan Rakyat siap memberikan layanan terbaik dengan berita yang berkualitas. Sangat sedikit berita yang diangkat mengenai pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen di Daerah Istimewa Yogyakarta oleh media ini. Hanya ada tiga berita dalam kurun waktu tiga bulan yaitu Maret-Mei 2021.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini adalah peneliti kurang dalam menggali informasi terkait tahap pelaksanaan jurnalisme multiplatform dan sikap media lokal dalam menanggapi pembangunan infrastruktur yang dibangun di Daerah Istimewa Yogyakarta. Media yang diteliti ada yang memilih untuk tidak berkomentar dalam menyikapi pembangunan tol Jogja-Solo dan Jogja-Bawen apakah posisi mereka mendukung, netral atau menolak. Referensi penelitian terkait jurnalisme multiplatform masih terbatas sehingga peneliti mengalami kendala dalam menganalisis hasil temuan dikaitkan dengan teori di atas.

## **C. Saran**

### **1. Akademis**

Temuan mengenai manajemen multiplatform pada media lokal diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang komunikasi dan media. Multiplatform menarik untuk diteliti karena pada setiap era perkembangan teknologi, perusahaan media massa mengalami penyesuaian. Namun, referensi penelitian terkait jurnalisme multiplatform masih sedikit sehingga perlu kajian mendalam.

### **2. Praktis**

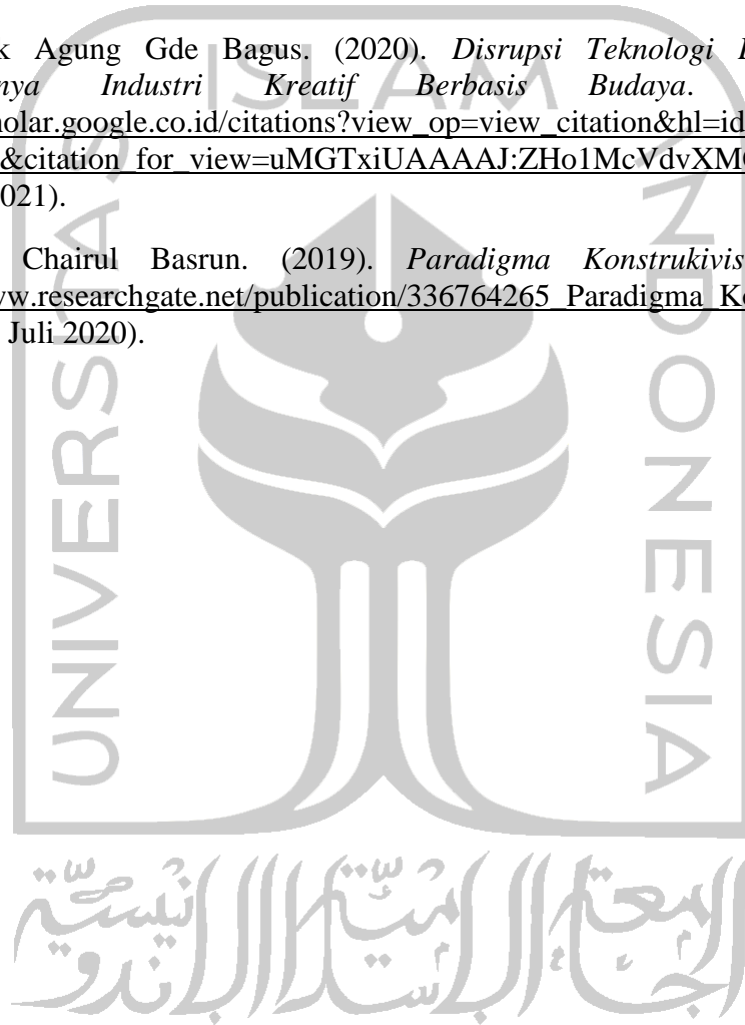
Manajemen multiplatform yang diterapkan Harian Jogja dan Tribun Jogja sudah baik. Kedaulatan Rakyat perlu memberikan pelatihan jurnalistik multiplatform kepada wartawan sebagai upaya menyesuaikan perkembangan teknologi sehingga wartawan tidak condong ke satu platform saja. Media lokal semestinya lugas dalam menyikapi pembangunan infrastruktur karena media massa turut andil membentuk opini publik. Kritik, saran, dan apresiasi masyarakat dibutuhkan perusahaan media massa supaya ke depannya dapat memperbaiki kualitas sehingga menghasilkan berita yang bermanfaat dan informatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggrini, Prisma. (2018). *Manajemen Redaksional Pemberitaan Film di Ruang Redaksi Tribun Jogja*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Diakses dari <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/21090> (tanggal 11 Februari 2021).
- Arifin, Kamil Alfi dan Umar Basuki. (2018). Media dan NYIA: (Analisis Wacana Kritis Pembangunan Bandara Baru New Yogyakarta International Airport dalam Pemberitaan Media Lokal di Yogyakarta). *Jurnal Komunikasi, Vol 13*. No. 1. Diakses dari <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/11588/8706> (tanggal 2 April 2020).
- Arifin, Kamil Alfi. (2018). *Bagaimanakah Media Lokal Memberitakan Pembangunan NYIA?* Diakses dari <https://www.remotivi.or.id/amatan/523/bagaimanakah-media-lokal-memberitakan-pembangunan-nya> (tanggal 2 April 2020).
- Bahri, Amelia Citra. (2010). *Mengurai Keberpihakan Media pada Mega Proyek Pembangunan Jalan Tol Semarang-Solo (Analisa Isi Media Suara Merdeka)*. Universitas Diponegoro. Diakses dari [http://eprints.undip.ac.id/26077/1/summary\\_penelitian\\_Amelia\\_Citra\\_Bahri.pdf](http://eprints.undip.ac.id/26077/1/summary_penelitian_Amelia_Citra_Bahri.pdf) (tanggal 9 April 2020).
- Cangara, Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- DBS. *Bukan Hanya Untung, Ini Alasan Pembangunan Infrastruktur Indonesia Penting*. Diakses dari <https://www.dbs.com/indonesia-bh/blog/live-smart/bukan-hanya-untung-ini-alasan-pembangunan-infrastruktur-indonesia-penting.page> (tanggal 15 Maret 2020).
- Fitria, Cendikia Dwi. (2016). Manajemen Redaksional *tribunpekanbaru.com* dalam Menentukan Berita yang Layak. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Vol 3*. No. 2. Diakses dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/10522> (tanggal 18 Juni 2020).
- Harian Jogja. (2016). *Media Kit 2016*. Diakses dari [https://www.harianjogja.com/mediakit\\_harjocom.pdf](https://www.harianjogja.com/mediakit_harjocom.pdf) (tanggal 14 November 2020).
- Harian Jogja. (2017). *Media Profile 2017*. Diakses dari <https://www.harianjogja.com/Media-Profile-2017.pdf> (tanggal 14 November 2020).
- Khadziq. (2016). Konvergensi Media Surat Kabar Lokal (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). *Jurnal Komunikasi Profetik, Vol 10*. No. 1. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/224312-konvergensi-media-surat-kabar-lokal-stud.pdf> (tanggal 2 April 2020).
- Kristanto, Tri Agung. (2019). Media Cetak, Tak Cukup Lagi Dua Kaki. *Jurnal Dewan Pers edisi 20*.
- Moleong, Lexy J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, Deddy. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, Himawan. (2015). *Kedaulatan Rakyat dalam Lintasan Sejarah*. Diakses dari <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbyogyakarta/kedaulatan-rakyat-dalam-lintasan-sejarah/> (tanggal 29 Januari 2021).
- Putra, Gentara. (2018). *Analisis Manajemen Redaksional pada Surat Kabar Daerah untuk Menarik Minat Pembaca di Batam Pos dan Tribun Batam*. Universitas Islam Indonesia.
- Putri, Viya Desvyana. (2016). *Pola Manajemen Redaksi Harian Umum Pekanbaru Pos dalam Menghasilkan Berita yang Berkualitas*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Diakses dari <http://repository.uin-suska.ac.id/2665/> (tanggal 18 Juni 2020).
- Rachelita, Yosephine Laura dan Lukas S. Ispandriarno. (2013). *Fungsi Media Massa Lokal Sebagai Pewarisan Nilai Budaya (Analisis Isi Fungsi Pewarisan Nilai Budaya Dalam Berita Pahargyan Ageng GKR Hayu dan KPH Notonegoro di SKH Kedaulatan Rakyat Periode 13 Agustus-27 Oktober 2013)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses dari <http://e-journal.uajy.ac.id/6570/1/Jurnal.pdf> (tanggal 1 Juli 2020).
- Raditya, Iswara N. (2019). *Kedaulatan Rakyat, Koran Pertama setelah RI Merdeka dan Masih Eksis*. Diakses dari <https://tirto.id/kedaulatan-rakyat-koran-pertama-setelah-ri-merdeka-dan-masih-eksis-eiNe> (tanggal 31 Januari 2021).
- Ramadhani, Karina Maghvira. (2018). *Persepsi Masyarakat terhadap Citizen Journalism di Indonesia (Studi Persepsi Mahasiswa terhadap Tayangan Program NETCJ)*. Universitas Islam Indonesia.
- Ramdani, Zaka Putra. (2014). *Konstruksi Media Lokal Terhadap Pemberitaan Pembangunan Bandara di Kecamatan Temon Kabupaten Kulonprogo*. *Jurnal Komunikasi Profetik*, Vol 7. No. 1. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/224262-pemberitaan-pembangunan-bandara-di-kecam.pdf> (tanggal 2 April 2020).
- Ratnasari, Ita. (2017). *Diorama Perebutan Percetakan Harian Sinar Matahari di Yogyakarta-Diorama II Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta*. Diakses dari <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/Vredeburg/diorama-perebutan-percetakan-harian-sinar-matahari-di-yogyakarta-diorama-ii-museum-benteng-vredeburg-yogyakarta/> (tanggal 29 Januari 2021).
- Ri'aeni, Ida dan Widia Sulistiana. (2017). *Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek* Vol 1. No. 1. Diakses dari <https://www.neliti.com/id/publications/265277/industri-media-massa-lokal-dalam-tinjauan-manajemen-media-ideal> (tanggal 23 April 2020).
- Rusadi, Udi. (2012). *Kompetensi Jurnalis Sebagai Aktor dalam Produksi Berita Media Multiplatform*. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* Vol 16. No. 2. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/134573-ID-kompetensi-jurnalis-sebagai-aktor-dalam.pdf> (tanggal 22 April 2020).

- Sambo, Masriadi dan Jafaruddin Yusuf. (2017). *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*. Depok: Kencana.
- Sunarwan, Bambang. (2017). Agenda Media Tentang Isu Kinerja Program Pemerintah, Pencitraan Pemerintah dan Media Lokal. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol 21*. No. 1. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/196598-ID-pencitraan-pemerintah-dan-media-lokal.pdf> (tanggal 23 April 2020).
- Tsuraya, Bilqis Hasna. (2019). *Konvergensi Media LPPL dalam Upaya Penyampaian Informasi Daerah (Manajemen Redaksi LPPL Selaparang Televisi sebagai Media Informasi Daerah dalam Program Jendela Selaparang di Era Digital)*. Universitas Islam Indonesia.
- Udayana, Anak Agung Gde Bagus. (2020). *Disrupsi Teknologi Digital: Tumbuh Kembangnya Industri Kreatif Berbasis Budaya*. Diakses dari [https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=uMGTxiUAAAAJ&citation\\_for\\_view=uMGTxiUAAAAJ:ZH01McVdvXMC](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=uMGTxiUAAAAJ&citation_for_view=uMGTxiUAAAAJ:ZH01McVdvXMC) (tanggal 13 Oktober 2021).
- Umanailo, M Chairul Basrun. (2019). *Paradigma Konstruktivis*. Diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/336764265\\_Paradigma\\_Konstruktivis](https://www.researchgate.net/publication/336764265_Paradigma_Konstruktivis) (tanggal 1 Juli 2020).





## LAMPIRAN

PT AKSARA DINAMIKA JOGJA

PENERBIT **Harian Jogja**  
BERKUALITAS BERKEMUDIPRIBADI BERKELUARGA

### SURAT KETERANGAN

No : 032/ADJ/SDM/IV/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arini  
Jabatan : Manajer SDM  
Alamat : Jl. AM Sangaji No. 41 Jetis Yogyakarta

Menerangkan bahwa:

Nama : Fatikha Silastuti Sujarwa  
NIM : 17321142  
Institusi : Universitas Islam Indonesia  
Fakultas/Program : Fakultas Psikologi & Ilmu Sosial Budaya/ Program  
Studi : Studi Ilmu Komunikasi

Telah melaksanakan penelitian di Harian Jogja pada Maret 2021 untuk keperluan penyelesaian tugas akhir Skripsi yang berjudul "Jurnalisme Multiplatform Dalam Liputan Isu Pembangunan Tol Jogja – Solo - Bawen Di Yogyakarta (Analisis Surat Kabar Harian Jogja, Tribun Jogja Dan Kedaulatan Rakyat)".


Keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagai referensi.


Dikeluarkan di : Yogyakarta  
Tanggal : 18 April 2023


  
PT Aksara Dinamika Jogja

Arini  
Manajer SDM

 **Bisnis Indonesia**  
Group

 Jl. AM Sangaji No.41,  
Jetis, Yogyakarta

 0274-583183  
Faks. 0274-564440

 redaksi@harianjogja.com  
ildan@harianjogja.com (iklan)

 www.harianjogja.com



No : 02/HRD/EKS/IV/2023  
Hal : Pemberitahuan Selesai Penelitian

Kepada :  
Kaprodil Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Dengan hormat,

Bersama ini kami dari PT Media Tribun Yogya memberitahukan bahwa mahasiswa di bawah :

Nama Mahasiswa	NIM
Fatikha Silastuti Sujarwa	17321142

Telah melaksanakan Penelitian di PT Media Tribun Yogya.

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan. Atas kerja samanya kami ucapkan Terima Kasih.

Yogyakarta, 28 April 2023

  
  
**Ridwan Mulyatno**  
Operational Manager

**PT. MEDIA TRIBUN YOGYA**

Jl. Jend. Sudirman No. 52 Yogyakarta, Indonesia. Telp. +62 274-557 687 (Hunting) Fax: +62 274-564 061 (Redaksi)  
+62 274-564 063 (Iklan) +62 274-561 211 (Bisnis) <http://jogja.tribunnews.com/>



PT BADAN PENERBIT

**Kedaulatan Rakyat**

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 434/II/Red-KR/04/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini Pemimpin Redaksi SKH Kedaulatan Rakyat Yogyakarta menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Fatikha Silastuti Sujarwa  
NIM : 17321142  
Mahasiswa : Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Nama tersebut diatas benar-benar telah melaksanakan Penelitian di SKH Kedaulatan Rakyat Yogyakarta, terhitung dari bulan April - Mei 2021.

Untuk itu segala sesuatu yang memperlancar tugas-tugasnya sangat kami hargai.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Yogyakarta, 19 April 2023



Pemimpin Redaksi,

Drs H Octo Lampito, MPd

loc/Atls

## TRANSKRIP

**P:** Pewawancara

**N:** Narasumber

### HARIAN JOGJA

#### A. Nugroho Nurcahyo (Redaktur Pelaksana Harian Jogja)

**P:** Sebelumnya boleh perkenalkan diri dulu pak.

**N:** Saya Nugroho Nurcahyo wartawan Harian Jogja gitu aja, ini kartu namanya. Saya redaktur pelaksana di Harian Jogja. Redaktur pelaksana ini kalau dalam struktur organisasi redaksi ini di Harian Jogja ada di bawah pemimpin redaksi gitu. Jadi di Harian Jogja untuk saat ini dari tahun 2014 tidak ada pemimpin redaksi ya. Jadi dulu strukturnya dari pemimpin redaksi eh tidak ada wakil pemimpin redaksi. Jadi dulu setelah pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi baru redaktur pelaksana tapi karena jabatan ini dihilangkan kemudian dari pemimpin redaksi langsung ke redaktur pelaksana baru kemudian di bawahnya membawahi redaktur. Redaktur ini ada semua total ada 9 gitu cuma yang khusus mengurus untuk konten koran itu hanya ada 4 kemudian yang untuk online ada 2 terus yang 2 lagi aktivasi digital. Jadi itu udah konten lain gitu konten lain selain website online [harianjogja.com](http://harianjogja.com) ada konten digital tu produksi video, produksi misvideo di Youtube kayak gitu-gitu.

**P:** Apakah bapak setuju dengan pendapat semakin lama surat kabar konvensional semakin sedikit pembacanya?

**N:** Setuju.

**P:** Alasannya bapak, boleh dijelaskan.

**N:** Ya memang dari pembaca *paper based* untuk kebutuhan informasi kan memang tinggal generasi-generasi lama ya untuk usia kami juga segmen usia untuk pembaca media cetak itu kan apalagi harian begini itu di usia 35 sampai 60 ya tapi ya untuk relatif usia di bawah itu ya sudah tidak suka lagi membaca dalam format platform cetak.

**P:** Bapak pernah mendengar konvergensi media?

**N:** Pernah.

**P:** Boleh diberikan tanggapan bapak mengenai konvergensi media.

**N:** Jadi satu media massa dia membuat produk dalam berbagai platform gitu. Misalnya Harian Jogja ini produknya, platformnya ada yang dalam bentuk digital. Digital itu ada dalam bentuk pembuatan video, pelaporan berita dalam bentuk radio ya suara ya *voice*

terus kemudian melaporkan dalam format media sosial karena pelaporan berita dalam media sosial juga berbeda gitu terus kemudian dalam bentuk video pendek untuk keperluan di media sosial terus kemudian mereka juga memproduksi berita untuk online gitu yang dituntut cepat dengan karakter-karakter yang lebih pendek, tidak begitu mendalam seperti di cetak gitu jadi ya itu konvergensi media dalam media massa cetak seperti Harian Jogja bentuknya dalam bahwasan seorang reporter Harian Jogja ini dituntut untuk mengerjakan produk dalam multiplatform. Begitu mbak. Kadang kita beda pemahaman ya

**P:** Jadi ini ya pak Harian Jogja itu ada di media cetak, media online, sosial media sama radio.

**N:** Radio kami *supporting* untuk Star Jogja FM. Jadi kami tidak punya produk radio namanya Harian Jogja gitu tapi dia anak perusahaan yang kita juga sering *support* dalam momen-momen tertentu. Jadi ada momen tertentu radio membutuhkan reporter melaporkan langsung dari lapangan dalam bentuk *voice* gitu, itu momen-momen tertentu misalnya malam tahun baru, malam takbiran, pilkada kemarin ya momen-momen yang mereka butuhkan untuk ada laporan karena mereka Star Jogja FM ini memang menahbiskan diri sebagai *radio news*. Jadi mereka tidak punya reporter sebenarnya jadi mereka hanya membaca dari *news wire*, dari sumber-sumber berita *news wire* dibacakan di ini di siaran mereka tapi ketika dia butuh laporan langsung biasanya mereka minta tolong ke kami. Jadi artinya, reporter Harian Jogja juga harus punya kemampuan untuk melaporkan secara langsung dari lapangan untuk kebutuhan reportase di radio. Dengan gaya yang ya memang bukan gaya pembawa berita radio ya dengan gaya khas masing-masing gitu tapi paling tidak ya itu tadi dia harus bisa melaporkan. Biasanya *briefing*-nya kan temen-temen di Harian Jogja ini untuk mengisi laporan langsung di radio ini kan *briefing* untuk bagaimana mengucapkan sapaan terus harus menyapa dengan pendengar, hai pendengar kayak gitu-gitu. Kemudian di-*briefing* singkat jadi mereka ya penyampaian intonasi dan bahasa mereka gitu jadi tidak harus seperti seorang reporter radio dengan format di radio gitu tapi kita punya apa beban moral untuk membantu istilahnya saudara kita sesama, sesama satu grup gitu.

**P:** Berarti udah beda manajemen pak?

**N:** Sudah beda manajemen tapi kita menuntut reporter juga bisa melakukan itu gitu aja. Pokok yang regular sebenarnya tidak berupa siaran radio tapi ketika dimintai tolong mereka harus siap. Gitu aja. Tapi kalau yang pokok ya mensupport untuk konten dalam platform bentuknya cetak itu yang utama terus kemudian online gitu. Sebenarnya kami

sejak 2016 ada prinsip kerja ke temen-temen *online verse* ya karena itu untuk beberapa peristiwa yang memang harus dikabarkan cepet ya harus cepat satu jam dari peristiwanya. Nah kemudian platform lainnya produk dalam bentuk media sosial ya jadi video singkat gitu nanti yang akan diolah oleh temen-temen editing video di sini atau foto-foto yang nanti bisa diolah menjadi video pendek. Jadi itu.

**P:** Oke, baik pak. Berarti jurnalis itu dituntut untuk multitasking di antaranya menulis pasti ya terus fotografi?

**N:** Itu satu paket ya kalau bikin tulisan ya harus ngambil gambar, itu.

**P:** Sama videografi?

**N:** Video itu kalau momen-momennya menarik aja. Jadi nggak semua yang dia liput harus ada videonya. Jadi biasanya *by request* ya, *by request* misalnya Pilkada gitu tolong ya ambil gambar singkat-singkat, tokoh-tokoh penting yang datang ke situ yang sedang mencoblos gitu atau mereka sedang proses pemungutan suara di situ gitu, itu ada *by request*-nya. Nggak setiap apa yang dia liput harus diambil gambarnya dan dia tau sih mana yang... kalau temen-temen reporter kan udah tau mana yang akan menarik untuk dipakai di medsos gitu fotonya harus diambil tu mereka tau. Peristiwa terutama ya kayak mendaratnya Antonov An-124 itu dia tau dia harus bikin video singkatnya pas mendarat terus ngambil fotonya karena itu akan eee apa akan dianggap di iklan akan menjadi konten yang menarik untuk media sosial.

**P:** Bagaimana tahapan manajemen redaksional dalam ruang redaksi dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Harian Jogja? Maksudnya dari awal proses *briefing*-nya sampai naik cetak.

**N:** Kami ada 2 rapat ya setiap hari ya. Rapat ini malam ini yang saya lakukan setiap jam 8 itu rapat perencanaan. Di situlah perencanaan isu itu dibahas gitu. Besok isu yang kita bahas itu isu khusus untuk yang dicalonkan untuk ditempatkan di halaman 1 jadi itu isu-isu yang pertimbangannya adalah isu kuat atau isu kesinambungan. Kesinambungan dari berita-berita yang sudah dimuat di halaman 1 sebelumnya. Istilahnya berita *follow up* ya. Misalnya ada aturan relaksasi untuk pengetatan di DIY bahwa di DIY akan sudah mulai diperbolehkan untuk PPKM ketiga ini perpanjangan ketiga ini untuk bisa menggelar pertunjukan seni, nah ini nanti besok akan direncanakan ooo berarti ini harus direspon dikembangkan ketanggapan dari para penyelenggara pertunjukan, para EO terus beberapa hotel yang selama ini menahan diri untuk menggelar pertunjukan-pertunjukan nah itu kayak gitu-gitu dibahas di perencanaan itu. Terus kemudian termasuk isu tol ya, isu tol ya dibahasnya dalam rapat perencanaan tapi bisa jadi nggak juga dalam rapat

perencanaan. Tiba-tiba reporter dapat di hari tertentu ada isu tol yang muncul itu nanti akan kita bahas di rapat namanya rapat *budgeting*. Rapat *budgeting* itu dilakukan pukul 15.00 itu pertama adalah membahas soal apakah perencanaan yang dilakukan di malam hari itu jam 8 ini, di hari berikutnya itu jam 3 itu apakah tereksekusi dengan baik gitu. Nah taunya bagaimana tereksekusi dengan baik atau tidak itu dengan didahului dengan *listing* oleh reporter. Masing-masing reporter pada pukul 14.45 maksimal ya *deadline* itu pada 14.45 mereka harus sudah memberikan *listing*. *Listing* itu daftar berita apa yang dia sudah dapatkan terutama untuk isu yang sudah direncanakan untuk halaman 1. Sejauh apa mereka sudah dapat di lapangan dari yang ditugaskan di malam hari, direncanakan di malam. Apakah tereksekusi dengan baik atau belum tapi sudah dalam tahap penyelesaian. Misalnya sudah janji dengan narasumbernya baru mau diwawancara jam 4 gitu jadi nggak mungkin kita bahas jam 3 karena kita belum tau apa yang akan dijawab oleh narasumber itu, target narasumber yang kita sudah rencanakan sehari sebelumnya. Jadi hanya dituliskan masih janji dengan narasumber A nanti jam 4 gitu jadi belum tau hasilnya apa. Bisa jadi *listing* isinya seperti itu. Nah ini kita di jam 3 ini menentukan apakah berita ini akan lanjut ditampung di halaman 1 atau kah ada berita lain yang lebih kuat yang bisa menggantikan dari berita-berita yang sudah direncanakan termasuk tol tadi tiba-tiba ada tidak direncanakan malamnya tapi tiba-tiba ada progres terbaru, informasi soal tol bisa jadi karena kita anggap itu kuat menggeser berita yang sudah kita rencanakan. Seperti itu, jadi apa yang kita rencanakan untuk hari Senin itu misalnya hari Senin besok kan koran ini terbit lagi hari Senin ya karena Harian Jogja ini kalau edisi Sabtu itu edisinya langsung 2 edisi. Sabtu dan Minggu gitu, satu edisi ketika dihadirkan pembaca ada edisi Sabtu dan edisi minggunya. Mingguan yang isinya santai-santai begitu. Nanti terbit lagi hari Senin ya direncanakannya malam ini. Jumat malam ini kita rencanakan. Besok Senin mau diisi apa. Begitu juga edisi Selasa. Edisi Selasa membahasnya Minggu malam. Minggu malam nanti besok Senin reporter harus mengeksekusi perencanaan ini untuk kemudian diterbitkan di hari Senin. Jadi karakter berita untuk media cetak harian itu selalu telat satu hari dari peristiwanya dan direncanakan satu hari sebelum peristiwanya, sebelum peristiwa reportasenya. Reportasenya baru besok Sabtu dan Minggu nih untuk diterbitkan Senin berarti selalu telat dilakukan sehari sebelum peristiwanya, perencanaannya dan diterbitkan satu hari setelah reportase. Itu kan selalu gitu karakter cetak itu selalu telat satu hari dari peristiwanya, satu hari dari reportasenya. Jadi ya begitu untuk tol pun begitu kadang kita rencanakan gitu kalau kita tau jadwalnya besok mulai pencairan tahap



pertama di Kalasan misalnya, ya kita liputan begitu malamnya kita bahas ini. Itu untuk isu-isu apapun begitu termasuk di antaranya isu tol. Itu yang ditanyakan hanya tol aja ya?

**P:** Iya pak.

**N:** Tol aja sama sih. Kalau tol kita tau jadwalnya, kita jadwal nanti pencairan kapan mulai pematokan kapan nanti kalau udah mau itu kayaknya pematokan mau dimulai tanggal 15 Januari gitu ya kita malam sebelum itu kita rencanakan bagaimana pematokannya, pada penolakan oleh warga atau disaksikan oleh warga kayak gitu-gitu. Itu kalau untuk khusus tol ya. Jadi pada prinsipnya perencanaan untuk *newsroom* di tempat kami seperti itu. Itu termasuk bagaimana untuk memenuhi konten-konten untuk online gitu. Bedanya kalau online kan disajikan kalau untuk peristiwa-peristiwa ya disajikan hari itu juga langsung kalau koran kan pasti tertunda sehari dan lebih lengkap biasanya, lebih komprehensif gitu kalau online kan peristiwa ya sepetah-sepetah nyambung-nyambung gitu kan dan dipecah dalam berapa berita kalau di koran ya satukan dalam satu yang komprehensif bedanya cuma itu sih dan telat sehari tapi lebih komprehensif. Itu ya kadang-kadang juga ada isu-isu khusus yang tidak harus cepat-cepat dinaikkan di online jadi ya kadang malah online itu lebih lambat dari korannya gitu kalau misalnya *feature* itu kan *feature* kan *timeless* ya jadi dia nggak harus cepat itu makanya kadang *feature*-nya ada di koran dulu nanti baru koran semakin diterima pembaca nanti onlinenya baru keluar siang kayak gitu bisa terjadi kayak gitu, isu-isu yang tidak memburu cepat itu bisa di online malah justru lambat kayak gitu.

**P:** Ooo bisa beda gitu ya online malah lambat.

**N:** Bisa kalau *feature* malah biasanya koran duluan gitu karena itu biar nggak *overlapping* ya. Orang ngapain beli koran kalau isinya sama terus udah duluan dimunculin di online makanya kalau isu-isu yang eksklusif itu malah kita *keep* itu kita keluarin pokoknya karena kita cuma yang dapat karena itu namanya isu eksklusif ya kita sebisa mungkin tahan, tahan isu itu biar orang membaca online itu tetep belakangan jangan sampai mendahului koran. Kalau mendahului kemarin dah baca di online malamnya paginya dapat koran isunya sama gitu kan biar nggak *overlapping* salah satunya begitu. Untuk isu-isu khusus, isu-isu yang eksklusif istilahnya konten premium lah yang kita rencanakan dan kita hanya, hanya kita yang bikin itu biasanya memang secara prosedur harus dikeluarkan setelah korannya. Tapi kalau isu-isu umum peristiwa yang hampir semua *newswire* sudah mengabarkan itu ya kita nggak tahan tahan itu, kita secepat-cepatnya gitu.

**P:** Kalau jurnalis ada batas waktu untuk setor berita?

**N:** Oya ada. *Deadline* itu berlapis ya. *Deadline* tu kalau untuk online kami punya target itu sehari sebelum jam, setiap hari sebelum jam 12 itu harus nyetor 1 berita untuk online.

**P:** 12 siang?

**N:** Siang, itu harus sudah menyetor berita untuk online. Itu untuk mengakomodasi kebutuhan pembaca yang memang secara *traffic* paling tinggi itu antara jam 12 siang sampai jam 2 siang. Harus ada berita baru kalau enggak ya akan ditinggalkan pembaca karena di jam-jam itu kan jam-jam *traffic* tinggi karena memang jam makan siang, orang sudah mulai jenuh bekerja itu biasanya *traffic* di jam itu memang tinggi dan kalau dikasih berita-berita yang sudah hari kemarin kayak koran nggak laku gitu jadi ya memang harus berita-berita yang *up to date* yang terjadi sebelum jam 12 gitu. Jadi kami mewajibkan 1 berita aja sebelum jam 12 reporter ini setor berita yang didapat hari itu. Terus kemudian untuk cetak ada 2 lapis ya. Jadi untuk halaman-halaman yang bukan di halaman 1 itu harus selesai jam setengah 5. Setengah 5 harus sudah disetorkan semua. Nah kalau yang halaman 1 itu setengah 8 itu harus sudah terakhir disetorkan. Kalau peristiwanya sudah terjadi di sore hari. Itu kalau peristiwanya aja misalnya konser jam 9 baru dimulai ya kita pakai negosiasi. Di daerah pun begitu. Di daerah nggak sak klek setengah 5. Setengah 5 itu berita-berita yang memang sudah didapat sebelum rapat *budgeting*. Mereka udah *listing* udah ada beritanya jelas diutamakan. Tapi kalau acaranya baru berlangsung jumpa persnya jam 4 dan itu akan masuk berita daerah di halaman dalam dan bukan halaman 1 ya nanti akan ditunggu. Nanti jam 6 udah dikirim ya nah tinggal itu aja. Jadi ketika berita di halaman itu sudah tertata semua nanti tinggal 1 berita ini karena dia liputannya belakangan tinggal masukkan di situ. Jadi sudah tau lah, kita sudah tau isi halamannya akan diisi apa saja karena halaman isi masih dalam proses peliputan ya kita tunggu, kita kosongin gitu. Jadi sudah mulai ditata itu dari... kadang reporter udah mulai menyetor berita itu jam 3 udah ada yang masukin berita yang sudah langsung ditata di halaman mulai setengah 5 udah mulai ditata oleh *layouter*. Nanti tinggal menyusulkan aja kalau dia bisa nyetornya acaranya baru selesai jam 7 atau bisa ditulis selesai jam 7 ya ditunggu sampai jam 7 tapi disediakan tempat aja nanti masukin di situ. Kalau cetak sih secara teknis begitu ya jadi karena *deadline*-nya untuk disetorkan ke percetakan itu setengah 10 harus sudah dikirim kesana dalam bentuk sudah siap cetak. Dalam bentuk sudah siap cetak itu setengah 10 sudah harus terkirim ke percetakan semua. Kadang jam segini dah dikirim semua.

**P:** Percetakannya tu di mana ya pak?

**N:** Di Solo. Sama dengan percetakannya Solopos. Kami satu grup jadi satu percetakan.

**P:** Kan percetakannya di Solo, otomatis harus dikirim ke Jogja lagi, waktunya berapa lama?

**N:** Ooo cepet pakai ekspedisi kendaraan aja, kendaraan biasa. Jadi dari sana setengah 1 dah diangkut kadang jam paling lambat ya setengah 2 dari sana dari percetakan. Itu dah jadi udah bendel-bendel gitu dah tinggal perjalanan kalau malem setengah 2 itu jam 3 kurang udah nyampe Prambanan. Jadi jam praktis setengah 5 udah pengiriman terakhir di Temon sana di Kulonprogo. Bahkan kadang sebelum itu jam 4 apa Subuh dah sampai sana, dah sampai ke Temon. Proses cetak itu kan sebentar ya paling 1 jam itu udah 1 bendel. Jadi makanya kenapa deadline itu 2 lapis. Koran itu yang bagian dalem-dalem dulu itu diselesaikan dulu. Nah nanti paling akhir itu yang halaman 1. Kalau dulu ada 2 bendel, 2 bendel koran gitu. Halaman 1-12 kemudian ada halaman 13-20 gitu misalnya. Atau ketika masih 24 halaman kami dulu 24 halaman, 1-12 terus kemudian halaman 13-24, 2 bendel. Nah yang ini 13-24 ini dicetak duluan. Jadi jam 10 itu dah jadi cetakkannya 1 bendel udah jadi terus kemudian tinggal lapis kedua untuk halaman 1. Halaman 1 dan ikutannya gitu 12 halaman di depan itu bendel satunya ini harus diselesaikan jam setengah 11 harus sudah dikirim. Setengah 11 dikirim, dicetak nanti jam setengah 1 dah praktis udah tertata udah jadi. Nah sekarang untuk halaman 1 setengah 11 harus sudah dikirim cuma itu nggak sak klek ya setengah 11 ya. Itu yang reguler tapi ketika ada peristiwa yang malam terjadinya harus kita pantau misalnya data terakhir soal Pemilu itu ya harus kita pantau paling nggak sampai jam 12 malam data terakhirnya tapi awalnya sudah tertata misalnya halaman 1 tinggal *updating* data kita tunggu sampai jam 12 ya kita tunggu tapi berita-berita lain sudah siap tinggal itu tok. Terus pas final Piala Dunia juga begitu, kita tunggu nih kalau ini pinalti kita belum nggak mungkin kita bisa muat gitu karena pinalti bisa nanti kalau sampai pinalti bisa sampai kelarnya setengah 2 nggak mungkin. Ngapain kita nyajiin berita nunggu-nunggu sampai detik-detik terakhir tapi sampai di tempat pembaca telat gitu jadi koran itu kalau sudah telat dari percetakan telat satu jam nanti sampai pembaca telatnya 2 jam. Rumusnya begitu. Kalau kita sampai telat 1 jam dari *deadline* dan jam paling akhir kita itu jam 1 malam itu udah paling telat udah nggak bisa ditawar-tawar. Kalau udah telat dari situ nanti pasti sampai ke pembaca itu telat 2 jam lebih. Nah jadi kita jam 1 pas Piala Dunia itu harus sudah ngirim gitu. Bahkan jam setengah 1 itu kita udah tinggal pasang fotonya. Foto perayaan ketika si kemarin Prancis menang ya. Prancis menang itu dah kita siapkan foto-foto yang lain tinggal itu aja masukin selebrasi perayaan angkat-angkat pelatuhnya itu lho. Itu dah dapet muncul karena ada selisih 10 menit dari peristiwanya baru bisa diambil di situs, ngambil di situs

ditempatkan udah dikirim ke percetakan yang lain sudah dicek tinggal 1 foto itu aja. Jadi kadang begitu di detik-detik terakhir itu kalau dalam momen-momen tertentu harus kita tunggu. Cuma kalau reguler setengah 11 kita harus sudah kirim ke percetakan.

**P:** Siapa saja yang ikut dalam rapat redaksi? Apakah semua anggota ikut atau hanya tertentu?

**N:** Kalau rapat harian yang ikut hanya level pemred pimpinan redaksi dan manajer. Pimpinan redaksi tu pemred dan redaktur pelaksana terus kemudian manajer itu redaktur. Redaktur itu yang *manage* SDM masing-masing *desc* jadi dia membawahi *desc* Jogja misalnya membawahi reporter yang ditempatkan di Kota Jogja kayak gitu gitu. Itu aja pesertanya.

**P:** Penentuan *angle* berita mengenai liputan isu pembangunan tol di Harian Jogja seperti apa?

**N:** Kami kalau *angle* kami redaksi itu sepakat dengan pembangunan tol. Kami pada dasarnya sepakat adanya infrastruktur tol untuk memperlancar logistik, memperlancar arus mobilitas kunjungan wisatawan ke Jogja yang harapannya nanti ketika Jogja ini semakin ramai dikunjungi wisatawan pastinya perekonomian juga akan bergerak lebih bagus lagi. Itu saja yang dalam pandangan kami. Jadi kami punya perspektif positif tentang pengembangan infrastruktur tol baik itu tol Jogja-Solo maupun tol Jogja-Bawen atau pun yang direncanakan kemudian setelah itu adalah tol Jogja-Cilacap itu terkoneksi antar wilayah itu dibutuhkan untuk apa memperlancar logistik dan juga memperlancar mobilitas manusia. Nah itu dibutuhkan Jogja sebagai daerah tujuan wisata karena perputaran ekonomi di Jogja ini kan digerakkan oleh pertama sektor pariwisata dan pendidikan gitu. Sektor pariwisata ini adalah sektor yang tidak bisa terlepas dari sektor-sektor pendukung lain misalnya sektor logistik, sektor transportasi, sektor UMKM yang terbanyak yang terlibat disitu. Menyediakan kerajinan oleh-oleh untuk pengelolaan destinasi-destinasi wisata di tempat-tempat wisata baru itu kan pasti melibatkan UMKM yang disitu perekonomian masyarakat akan ikut terdongkrak. Itu dalam kaca mata kami paradigmanya untuk melihat sebuah pembangunan infrastruktur tol seperti itu.

**P:** Di Harian Jogja reporter bertugas untuk semua platform? Nggak cuma cetak aja jadi reporter bertugas untuk cetak, online sekaligus media sosial.

**N:** Iya, untuk menyediakan konten itu semua.

**P:** Fasilitas apa saja yang disiapkan oleh kantor maupun sendiri dalam melakukan liputan?

**N:** Kalau untuk khusus untuk konten video kami ada studio video, ada kemudian alat-alat seperti kamera itu tim aktivasi digital namanya. Tapi kalau untuk masing-masing reporter ya tidak ada peranti yang kami berikan, kami berikan ke mereka. Ya kami cuma memberikan pelatihan aja. Pelatihan mengambil gambar yang baik terus setiap ada reporter masuk kami berikan pelatihan mengambil gambar yang baik untuk keperluan di medsos tu seperti ini, untuk keperluan di cetak itu seperti ini. Seperti itu. Jadi reporter itu nggak ada pembekalan khusus dalam bentuk pemberian peranti itu nggak ada. Kita kan kalau di medsos cukup dengan ambil dengan ponsel *smartphone* masing-masing gitu. Nggak perlu harus dengan kualitas gambar yang bagus seperti untuk video di Youtube. Kalau video di Youtube ada timnya sendiri. Kami sendiri ada 3 orang ya jadi itu memang khusus dengan kamera semi profesional gitu.

**P:** Berarti seperti HP, laptop itu sendiri ya kantor tidak menyediakan. Baik lanjut. Apakah ada perbedaan antara perencanaan platform satu dengan platform yang lainnya?

**N:** Kalau perencanaan, satu perencanaan saja sih nggak pernah ada perencanaan berbeda platform.

**P:** Apakah semua jurnalis mendapat tugas untuk meliput isu pembangunan tol tersebut? Atau ada divisi tersendiri?

**N:** Divisi tersendiri tidak cuma hanya desk yang bersinggungan dengan isu tol itu misalnya *desk* Sleman gitu. *Desk* Sleman mereka memang wilayah liputannya menyangkut wilayah-wilayah yang dilewati tol ya sudah dia yang akan bertugas untuk meliput itu gitu. Terus kemudian di provinsi gitu ada dia relasinya adalah Bappeda atau Sekda DIY ya dia akan menanyakan itu. Terus di kolom bisnis ke Jasamarga ya dia akan bertanya ke Jasamarga itu. Jadi yang bersinggungan dengan isu tol ya dia yang akan meliput gitu. Kalau yang mingguan ya nggak mungkin dia reporter mingguan khusus menulis hal-hal tentang sosok, tentang komunitas ya nggak mungkin lah menulis soal tol yang akan menulis soal tol ya yang punya relasi bersinggungan dengan isu tol. Nah di Sleman karena tol semua lewat Sleman nggak ada yang lewat manapun kecuali tol yang arah YIA nanti ada yang ke Kulonprogo, kan cuma Sleman, Kulonprogo nggak lewat Bantul. Jadi yang kena jatah untuk menulis isu tol pastinya reporter yang ditempatkan di Sleman, reporter yang ditempatkan di Kulonprogo dan reporter yang ditempatkan di ekonomi bisnis dengan relasi Jasamarga dan reporter yang ditempatkan di Pemda DIY dengan relasi Sekda DIY, Bappeda itu aja.

**P:** Itu dilakukan *rolling* nggak pak?

**N:** Dilakukan. Rolling paling lama 2 tahun sih ya kalau kita anggap sudah terlalu lama itu 2 tahun tapi biasanya nggak sampai 2 tahun ya kadang setahun juga udah dipindah gitu. Pokoknya maksimal 2 tahun lah, 2 tahun itu sudah terlalu zona nyaman dan mungkin di situ jadi susah berkembang gitu.

**P:** Manajemen media cetak dan manajemen media online itu digabung atau dipisah pak?

**N:** Kalau perencanaan disamakan. Jadi isu yang direncanakan di cetak itu akan menjadi isu yang dikawal di online juga. Cuma temen-temen online ini kan punya tim sendiri ya, timnya sendiri. Tim untuk *uploader* ya, *uploader* untuk menentukan mana isu yang di-*push* di hari itu. Itu mereka punya sendiri. Ada 2 redaktur dan 3 *uploader* nah ini nanti mereka punya perencanaan sendiri menyesuaikan kebutuhan di online. Kalau yang rame soal ini dia akan *push* soal itu. Jadi belum tentu yang direncanakan di untuk cetak, untuk setiap hari kita rencanakan itu selalu akan menjadi isu utama yang diikuti di online. Mungkin bisa jadi dia mengikuti sesuatu hal yang lain dan dia bisa porsinya untuk menyiapkan suatu isu tertentu itu bisa lebih dari yang diakomodasi di cetak. Misalnya soal kejadian di Kali Sempor itu yang anak pramuka terkena arus sungai itu terbawa arus sungai ada korban itu dia sehari bisa secara kuantitas bisa lebih dari yang dimuat di cetak. Jadi ada beberapa berita-berita kecil yang tidak ada di cetak itu bisa jadi mungkin di online. Itu jadi hanya, mereka punya wah ini paling mungkin untuk mendapatkan zigzag tinggi adalah isu ini. Mereka *stressing* ke situ dan mereka punya tim sendiri 1 reporter untuk ngejar itu juga. Itu kalau si reporter yang khusus untuk online ini reporter *streamer*. Jadi kami mengontrak mahasiswa yang dia sudah punya kemampuan bagus untuk meliput dan diberikan honor. Itu dia yang malah multi isu dia ketika online butuh isu pendalaman isu ini untuk terus mengikuti isu itu karena dianggap *ads*-nya tinggi peniliknya banyak dia akan *stressing* ke situ. Gitu.

**P:** Apakah media online sebagai support saja atau sebagai suatu kanal utama bersama media cetak?

**N:** Kalau sekarang jadi kanal utama ya karena secara statistik kami ini bisa dikatakan media lokal, media online yang berbasis media lokal yang terbaik nomor dua eh nomor tiga sekarang. Dari sisi peringkat Alexa ya, peringkat pengaksesnya. Pertama Pikiran Rakyat yang di Bandung *region*-nya berbasis cetak ada di Bandung kemudian Solopos kemudian Harian Jogja untuk media-media yang berbasis koran lokal ya. Media punya online itu kami nomor tiga untuk peringkat jadi itu yang selalu kami jual ya. Kalau Anda pengen pasar di Jogja dengan nama media ada Jogjanya, Harian Jogja gitu. Ini sudah sejak 2018 kami istilahnya justru online itu yang diutamakan gitu tapi *flagship*-nya masih tetep



koran ya. Nah koran ini biaya tinggi dan tingkat kepercayaannya untuk iklan juga dalam jumlah uang yang lebih tinggi itu masih relatif orang lebih memilih di cetak gitu. Jadi kalau di online belum bisa kita jual dengan tarif yang tinggi gitu.

**P:** Kemampuan yang dimiliki jurnalis tadi berarti saya ulang ada menulis, ada fotografi pasti dan videografi itu nggak semua ya pak.

**N:** Videografi nggak videografi secara teknis yang *sophisticated* itu enggak sih cuma ya teori dasar aja kalau megang kamera jangan goyang kayak gitu gitu lah.

**P:** Oke lanjut. Sebelum publikasi berita apakah ada campur tangan dari pihak manajerial atau hanya tim redaksi saja?

**N:** Nggak ada sih kalau dari tim manajerial. Manajerial itu maksudnya perusahaan?

**P:** Iya.

**N:** Nggak ada kalau perusahaan. Kalau konten berita ya redaksi. Kalau konten iklan kayak editorial ya mereka, perusahaan. Jadi kami masih ada *firewall* ya, itu.

**P:** Untuk tahap evaluasi itu ada apa saja di Harian Jogja?

**N:** Evaluasi soal kelengkapan berita ya, unsur berita gitu. Terus kemudian pemilihan judul terus kemudian akurasi nama atau kekeliruan *typo* itu salah satu bagian dari evaluasi. Terus kemudian pemilihan *angle* itu juga iya. Jadi ketika sudah ter-*publish* terus kemudian kok *angle*-nya kayak gini gitu itu bisa jadi bahan evaluasi.

**P:** Apakah ada pemberian *reward* atau *punishment*?

**N:** Kalau *reward* ada. Jadi kita ada pemilihan reporter terbaik ya, reporter terbaik tapi ini untuk pandemi ini nggak ada sih belum dikasih. Tapi dulu ada sih setiap tahun itu ada pemilihan reporter terbaik terus kemudian *reward* itu dalam bentuk promosi juga kalau memang performanya bagus ketika ada posisi lowong untuk dipromosikan dia pasti akan dibuat dalam bidang *proper test* itu akan menjadi sebuah catatan. Terus kemudian juga *reward* dalam bentuk bonus tahunan ya. Bonus tahunan yang mulai diberikan baru tahun ini, di tahun pandemi ini karena memang Harian Jogja ini mencatatkan laba yang cukup besar itu ya di pandemi ini malah. Kami alami di pandemi ini malah justru kita mencetak raport paling bagus sepanjang sejarah Harian Jogja makanya untuk bonus dari perusahaan itu baru bisa dicairkan di tahun ke 12 ini di tengah pandemi ini. Terus itu aja sih kalau *reward*, kalau *punishment* jelas ada ya. *Punishment* nanti dengan prosedur peraturan perusahaan ada pertama jelas dengan teguran lisan terus kemudian ada surat teguran tertulis terus kemudian terakhir surat peringatan. Surat peringatan ada 3 lapis tapi kalau kesalahannya berat bisa langsung SP 3 ya. SP 3 itu sama dengan memberhentikan kalau SP 3 itu atau SP 2 diulangi dalam jangka waktu 6 bulan diulangi lagi perbuatannya bisa

jadi SP 3 gitu. Kalau kesalahannya masih tergolong ringan ya hanya surat peringatan pertama. Itu sih tergantung derajatnya ya, derajat kesalahannya ya. Gitu kalau *punishment* ada.

**P:** Menurut bapak, media lokal bersaingnya dengan media lokal lain atau dengan media nasional?

**N:** Untuk isu lokal jelas kami bersaing dengan media lokal tapi kalau untuk isu nasional di online kami bersaingnya juga dengan media nasional karena banyak sekali sekarang media hanya basis online saja yang dia media nasional tapi kemudian secara domisili mereka ada di sini misalnya suara.com. Mereka bikin suarajogja.id yang isinya juga berita-berita lokal. Mereka punya wartawan-wartawan yang *preference*-nya *preference* isu-isu lokal. Nah itu kami harus bersaing dengan media-media itu yang mereka masuk kategori media nasional. Tapi kalau untuk persaingan di bisnis itu di perusahaan ya bukan di konten itu jelas persaingannya kalau lokal ya dengan lokal. Dia tidak mungkin bersaing menawarkan produk untuk iklan misalnya dia akan bersaing dengan media nasional nggak mungkin. Pastiya sesama media lokal. Misalnya soal tarif pemasangan iklan itu ya pasti perbandingannya sesama media lokal nggak mungkin dibandingin kalau di Kompas kok segini nggak mungkin. Pasti yang mau *placement* iklan juga begitu tapi kalau konten kita perbandingannya tetep dengan konten media lokal ya, kalau konten lokal. Tapi kalau konten nasional untuk di online ya kita bersaing dengan semuanya.

**P:** Apakah akan ada inovasi terbaru dari Harian Jogja di era multiplatform ini? Misalnya target anak muda karena mereka lebih senang berselancar di internet?

**N:** Emmm target anak muda, target anak muda itu terlalu terlalu ini ya untuk dari kacamata bisnis target anak muda itu terlalu jauh. Mereka belum punya daya beli jadi target kami tetep usia-usia yang sudah punya daya beli. Jadi misalnya para eksekutif muda, orang-orang yang sudah bekerja. Nah kalau khusus segmen anak muda kami tidak punya target khusus gitu. Anak muda sekarang misalnya untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka kita tidak ada sesuatu khusus untuk mereka tapi kita memenuhi kebutuhan yang memang *audience* kita *range*-nya usia 30-60 ya, ya itu yang kita berikan penyediaan informasinya untuk itu segmen itu. Jadi nggak menasar anak SMA karena mereka tidak punya daya beli gitu dan kalau sudah dewasa pasti mereka juga akan mencari bacaan yang memang sesuai kebutuhan mereka gitu. Kebutuhan mereka di usianya gitu maksudnya usia udah usia kerja nggak mungkin mereka mencari informasi yang hanya berupa *fun* dan ini kan enggak. Pasti akan membutuhkan informasi yang lebih kompleks yang lebih mendetail tentang isu tertentu gitu karena mereka sudah akan masuk

ke dunia kerja gitu kan. Tapi kalau untuk anak-anak SMA kita nggak menyediakan informasi untuk mereka.

**P:** Untuk ke depannya apakah akan ada inovasi terbaru?

**N:** Kalau untuk target pasar untuk menyasar anak muda enggak, kita nggak mengarah ke situ. Tapi kalau inovasi dalam segi produk iyalah seperti tim aktivasi digital ini kan memang digunakan untuk mengisi itu, mengisi kebutuhan pasar ya. Orang butuh nggak cuma *placement* iklan di koran, nggak cuma *placement* iklan di online tapi mereka juga butuh dibikin produk video kayak gitu-gitu jadi kita bikin itu. Terus inovasi dalam bentuk kontennya itu dalam bentuk platform itu kan itu aja. Dari semua yang dua dimensi menjadi tiga dimensi terus juga menjadi apa audio visual gitu dalam bentuk video dan suara.

**P:** Menurut bapak seberapa pentingnya perusahaan media menerapkan konsep jurnalisme multiplatform?

**N:** Kalau di era persaingan sekarang ini menurut saya sangat penting. Kalau dalam skala 1-5 ya 4.5 lah ya. Jadi memang dituntut peka, adaptif dan peka perkembangan gitu. Nggak bisa kita hanya bekerja dengan cara-cara konvensional yang lama dengan pola bekerja hanya dengan apa pola sehari-hari mengerjakan media cetak gitu tapi kita juga harus adaptif untuk bisa memenuhi kebutuhan bahwa dalam kaca mata kami informasi ini selalu dibutuhkan cuma *news* itu selalu dibutuhkan cuma bedanya hanya akan berubah pada bentuk platformnya saja jadi kita harus menyesuaikan itu. Kalau platformnya sudah orang sudah meninggalkan cetak ya kita berubah dengan platform yang sekarang sedang diminati oleh masyarakat. Kalau orang mengonsumsi informasi kebanyakan bukan dari website tapi dari media sosial ya kita akan *stressing* ke situ ke media sosial yaitu kita membagi informasinya dari platform media sosial. Ya begitu kita mengikuti berusaha adaptif terhadap perkembangan platform yang sedang digandrungi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi harian.

**P:** Oke. Itu saja bapak pertanyaan dari saya mungkin ada tambahan dari bapak?

**N:** Enggak sih kalau tambahan. Untuk isu tolnya cuma itu aja?

**P:** Iya pak.

**N:** Ya sudah kalau begitu. Sudah semua ya.

## **B. Budi Cahyana (Editor Online Harian Jogja)**

**P:** Sebelumnya boleh perkenalkan diri dulu, mas?

**N:** Ya saya Budi Cahyana ya. Nama lengkapnya Budi Cahyana.

**P:** Sudah berapa lama di Harian Jogja?

**N:** Sekitar 12 tahun berarti. Saya sekarang di redaktur digital. Dah cukup ya mbak ya. Ada informasi lagi yang perlu nganu?

**P:** Itu saja sudah cukup kok mas. Oya. Lanjut di pertanyaan saja, apakah Anda setuju dengan pendapat makin lama surat kabar konvensional makin sedikit pembacanya?

**N:** Ya makin sedikit.

**P:** Boleh diutarakan mas pendapatnya kenapa kok Mas Budi setuju dengan pendapat bahwa surat kabar konvensional itu udah mulai sedikit pembacanya.

**N:** Surat kabar konvensional yang dimaksud itu cetak kan ya?

**P:** Iya, cetak.

**N:** Ya jelas cetak semakin sedikit karena sekarang kan masyarakat kan udah sebagian besar kan bisa mengakses internet ya, mereka sudah punya handphone kemudian cara mereka mengonsumsi informasi kan kebanyakan lewat handphone karena kurang atau majalah jadi platformnya sekarang platform digital. Memang masanya karena teknologi memperoleh informasi juga semakin gampang, semakin gampang ya dan semakin murah karena kan cari informasi tinggal modal kuota ya, kuota yang bisa dipakai untuk mengakses yang lainnya nggak cuma berita seperti itu.

**P:** Mas Budi pernah dengar tentang konvergensi media?

**N:** Ya.

**P:** Bagaimana tanggapan Anda mengenai konvergensi media?

**N:** Ya itu tadi ya dampak dari semakin mudahnya masyarakat memperoleh informasi mau nggak mau kan media berubah ya nggak cuma mengandalkan cetak tapi juga terutama online bahkan media elektronik pun sekarang udah berubah karena memproduksi konten video itu kan sekarang lebih gampang, lebih murah. Masyarakat pun mengaksesnya mudah lewat Youtube misalnya dan platform-platform sejenis jadi memang itu harus kalau nggak seperti itu nggak ada konvergensi media ya nggak ada yang bisa mengakses informasi. Informasi yang kita produksi sia-sia itu nggak sampai ke pembaca, nggak sampai ke publik.

**P:** Lanjut saja. Platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan di Harian Jogja itu ada cetak, online sama sosial media ya mas?

**N:** Ya benar.

**P:** Kalau di online itu cuma di websitenya aja apa sekalian sama sosial medianya?

**N:** Sekalian di media sosialnya.

**P:** Jadi unggahan-unggahan yang di kayak Instagram terus Facebook, Twitter Harian Jogja itu yang ambil alih dari redaktur online?

**N:** Ya, itu perpanjangan tangan dari yang ada di website sekalian gitu.

**P:** Terus kalau kayak caption-caption gitu di Instagram itu juga yang membuat dari redaktur onlinenya mas?

**N:** Ya dari tim online.

**P:** Ada berapa orang mas redaktur online di Harian Jogja?

**N:** Redaktur online yang untuk website itu ada 2 orang kemudian uploadernya ada 3 orang kemudian 1 redaktur khusus untuk redaktur digital. Redaktur digital itu memproduksi konten-konten yang ada di media sosial, media sosial tu termasuk Youtube ya, Instagram, Facebook kemudian Twitter sama Youtube.

**P:** Kalau di redaktur online itu ada target-target seperti untuk target visitor?

**N:** Ya jelas yang jelas targetnya untuk *uploader* dan redaktur website tiap hari paling tidak harus mengupload itu target kuantitatifnya ya 20 berita tiap hari. Kemudian untuk yang tim media sosial itu 1 hari masing-masing platform kecuali Twitter ya. Kalau Twitter kan kita pakai mesin ya jadi semua berita yang diunggah di [harianjogja.com](http://harianjogja.com) otomatis langsung ke-*upload* di Twitter. Nah kemudian Facebook sama Instagram, untuk Instagram ini satu hari 3 unggahan. Kemudian kalau Facebook satu hari ada 25 unggahan. Untuk Youtube satu hari satu seperti itu. Itu target kuantitatifnya ya kalau target secara kualitatif paling tidak kita kan pakai nganu ya sudah memahami nganu kan mbak apa semacam *traffic*?

**P:** Pernah baca mas.

**N:** Jadi mungkin saya jelaskan dulu perbedaan media cetak sama media online ya. Jadi kalau media cetak itu konsumennya atau pembacanya itu kan kalau di Harian Jogja udah bukan eceran lagi tapi pelanggan. Pelanggannya sudah jelas dan itu tiap bulan, tiap bulan itu sudah jelas misalnya Harian Jogja pelanggannya tiap bulan tiap hari ya, tiap hari produksinya 3000 gitu ya. Itu kan pelanggannya tetap karena itu basisnya basis langganan. Sementara kalau media online itu kan kita kan belum pakai sistem *subscribe* ya, belum pakai metode berlangganan. Jadi bisa diakses gratis oleh siapa saja nah itu karena kita belum pakai metode langganan bisa diakses siapapun ukurannya ukuran *traffic*. *Traffic* itu di Google, jadi di Google nanti ada perangkat analitik, dah pernah buka Google Analytics belum mbak?

**P:** Iya, pernah. Pernah mas.

**N:** Jadi seperti itu nanti kan bisa terukur satu artikel nanti yang baca berapa orang dalam satu menit. Misalnya dalam satu menit ada 500 orang, 500 pembaca ya, 500 klik nah kita targetnya paling nggak tiap hari seluruh produksi berita di [harianjogja.com](http://harianjogja.com) itu paling tidak dibaca oleh, diklik ya bukan dibaca tiap hari rata-rata 100-an ribu, 100 ribu klik gitu. Ini nanti tiap bulan rata-rata *traffic*-nya tiap bulan paling nggak di angka ini kan nggak stabil ya karena biasanya media online itu tiap hari Sabtu sama Minggu itu pembacanya rendah. Terus berita tinggi itu kecenderungannya hari Selasa sampai Kamis cuma 3 hari itu, Selasa, Rabu, Kamis. Kemudian Jum'at itu mulai rendah, Jum'at masih agak tinggi tapi Sabtu itu mulai rendah, Minggu rendah, Senin itu karena Senin mungkin orang pertama kali kerja ya kalau Sabtu Minggu mungkin karena orang fokus ke liburan jadi menghabiskan waktu ke keluarga kemudian nongkrong, main-main gitu ada informasi apapun biasanya nggak begitu dihiraukan. Itu kemudian kalau Senin mungkin orang fokus kembali bekerja itu pun seperti itu begitu kan ya nggak terlalu suka menggali informasi tapi paling nggak dalam satu bulan dengan fluktuasi pembaca itu paling nggak ada sekitar 700 ribu klik [harianjogja.com](http://harianjogja.com). Itu target kami ya, target kuantitatif kami. Walaupun kadang-kadang nggak tercapai tapi setidaknya selain kita mengupload satu hari 20 berita kita juga memperhatikan berita-berita apa sih yang bisa mendulang klik. Jadi otomatis *traffic*-nya kan tinggi ya makanya kita belum berbasis *subscribe* masih berbasis *traffic* seperti itu. Ada pertanyaan lagi ga kira-kira mbak? Dah jelas ya?

**P:** Oh iya sudah sudah. Sejak kapan Harian Jogja menerapkan konsep multiplatform mas? Apakah sejak pertama kali didirikan atau akhir-akhir ini?

**N:** Konsep apa mbak?

**P:** Multiplatform.

**N:** Oh multiplatform itu dari tahun 2010. Tahun 2010 oh 2009. Harian Jogja kan terbit, koran Harian Jogja kan terbit tahun 2008 ya kemudian satu tahun kemudian platform onlinenya mulai diluncurkan tapi dulu kan belum digarap secara serius ya. Dulu kan pembaca masih bentuk koran. Kita menggarap serius tu baru sekitar 5 tahun terakhir kita benar-benar terutama setelah era media sosial ya era Facebook, Twitter dan lain sebagainya mulai banyak diakses otomatis kita juga ikut kesana itu sekitar 2015, 2015 itu mulai digarap secara serius tapi kalau multiplatform udah dikembangkan dari 2009.

**P:** Sejak 2009 itu dah langsung ke online sama sosial media atau cuma onlinenya aja mas?

**N:** Online saja. Baru setahun kemudian, 2010-an itu dah mulai Facebook ya. Itu kan dulu masih awal-awal Facebook dulu sebelumnya Friendster kalau nggak salah ya ketika



Facebook baru kita langsung kesana kita bikin akun tapi ya belum digarap secara serius. Kalau media sosialnya digarap serius paling baru 3 tahun terakhir *sorry* 4 tahun terakhir ini lah. Agak telat sih sebenarnya.

**P:** Oke lanjut saja mas. Bagaimana rutinitas produksi berita dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Harian Jogja?

**N:** Ya itu hampir sama seperti memproduksi berita secara umum sih. Jadi Harian Jogja kan satu hari rapatnya 2 kali ya. Rapat jam setengah 3 sore sama jam 8 malam, ini untuk cetak ya saya bicara cetak dulu. Jadi jam 8 malam itu menentukan besok reporter mau liputan apa gitu. Jam 8 malam nanti rapat misalnya besok mau menentukan liputan kemana nih? Misalnya mau ke tol Jogja, mau liputan tol Jogja-Solo, Jogja-Bawen itu sudah dibahas di situ. Kira-kira apa yang menarik dan kira-kira apa yang penting diketahui sama publik. Nah kemudian jam setengah 3 besok harinya itu rapat membahas hasil liputan reporter rapat kira-kira berita yang bisa dijadikan headline misalnya atur di halaman satu atau halaman genap. Kemudian biasanya ikut pola itu karena kita kan basisnya basis cetak ya bukan basis online, jadi tim online menyesuaikan dengan tema atau isu yang ditentukan sama rapat redaktur pada malam hari kalau menentukan berita yang akan dinaikkan.

**P:** Itu ada batas waktunya nggak mas? Reporter kapan setor berita?

**N:** Kalau deadlinenya kalau cetak itu deadline naskah jadi kemudian dikirimkan ke penerbit paling nggak jam 8 malam. Jadi jam 7 itu naskah udah harus jadi itu untuk cetak. Ketika ada peristiwa yang benar-benar misalnya nih kalau dalam konteks tol Jogja, ada pembagian ganti rugi selesainya jam 7 malam itu nanti bisa ditunggu tapi paling nggak, nggak sampai jam 8 malam. Kalau hariannya ya nanti online tinggal menyusulkan saja. Kalau online kan lebih fleksibel ya jadi kira-kira bagus kalau ada kekurangan nanti redaktur tinggal menghubungi reporter untuk segera melengkapi datanya.

**P:** Lanjut mas. Siapa saja yang ikut dalam rapat redaksi dan apa saja yang dibahas dalam ruang redaksi?

**N:** Rapat redaksi diikuti semua redaktur ya, semua redaktur, redaktur pelaksana sama pemred. Reporter nggak ikut. Kalau yang dibahas seperti yang saya sampaikan tadi kira-kira hari ini yang menarik apa kemudian besok apa atau kita punya isu sendiri misalnya isu sendiri yang belum dimuat di media gitu ya kita tentukan gitu di rapat redaksi.

**P:** Penentuan angle berita mengenai liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Yogyakarta di Harian Jogja itu seperti apa?

**N:** Penentuannya di rapat ya itu tadi, yang jelas di rapat. Nanti ditentukan kira-kira yang bagus yang mana. Penentuannya mengacu ke nilai-nilai berita ya, aktual, selain aktual juga harus punya dampak yang besar bagi kepentingan publik.

**P:** Fasilitas apa saja yang disiapkan oleh kantor maupun individu dalam melakukan aktivitas mengedit berita? Apakah perusahaan memberikan fasilitas seperti laptop, handphone atau lainnya?

**N:** Jadi kami tim redaktur diberi fasilitas komputer ya untuk menyunting berita. Kalau reporter ada kamera. Kalau laptop tidak tapi ada komputer yang bisa dipakai oleh reporter di kantor gitu ya tapi jarang dipakai kalau sekarang karena sudah lewat handphone kan gampang ngetiknya ya. Dari mana pun lebih cepat gitu.

**P:** Apakah ada perbedaan tahap perencanaan antara platform cetak dengan platform online?

**N:** Secara garis besar nggak ada sih, nggak ada perbedaan. Perbedaannya cuma misalnya terutama soal karena ini ngomonginnya soal tol Jogja-Solo ya, kalau tol Jogja-Solo nggak ada perbedaan tapi kalau berita secara umum biasanya kalau peristiwa-peristiwa cepat misalnya penangkapan teroris gitu ya atau kecelakaan atau peristiwa-peristiwa yang nggak direncanakan di cetak langsung ditangani sama tim online nah nanti kita koordinasinya nggak lewat rapat lagi, kita di online kan ada Whatsapp group ya nanti koordinasinya di situ di online biar lebih cepat. Tapi kalau dalam konteks tol Jogja-Solo karena agendanya ini agenda yang sudah terencana ya. Pemberian ganti rugi itu kan terencana. Kemudian sosialisasi itu terencana. Kemudian ketika pemerintah mengeluarkan rencana trasenya itu kan juga sudah terencana, itu nggak ada perbedaan antara cetak sama online kecuali misalnya besok ada peristiwa tertentu misalnya konstruksinya ambruk gitu itu kan nggak terencana ya mekanismenya pasti berbeda antara online sama cetak karena online kan memperhitungkan kecepatan.

**P:** Bagaimana penentuan tim redaksi dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen? Apakah di online ada pembagian per *desc*?

**N:** Tim online pembagiannya bukan pembagian berdasarkan desc ya, pembagiannya berdasarkan shift. Kalau cetak kan nggak 24 jam, kalau online kan 24 jam. Jadi tim online itu bagi shiftnya misalnya masuk pagi dari jam 8 sampai jam 4 kemudian ada yang dari jam 12 sampai jam 8 malem. Ada yang jam 6 sampai jam 2 pagi. Ada yang jam 12 siang sampai jam 8. Jadi pembagiannya berdasarkan waktu dia mengupload. Redaktur online itu harus menguasai isu nggak ada khusus yang Sleman atau daerah tapi menguasai

semuanya karena dituntut sewaktu-waktu ada berita jam 2 pagi itu nanti udah ada tim piketnya yang stand by jam 2 pagi.

**P:** Apakah shiftnya dilakukan rolling?

**N:** Ya, jadi tiap minggu kecuali redaktur ya. Kalau redaktur ada 2 redaktur yang satu masuknya jam 12 siang sampai jam 8 malam, yang satu jam 4 sore sampai jam 12 malam. Kalau *uploader* nanti di rolling. Kenapa pertimbangannya redaktur tidak di rolling karena redaktur nanti yang akan menentukan headline. Di online kan juga ada headlinenya kan ya nah itu yang akan menentukan kenapa jam 12 siang sampai jam 12 malam karena pembacanya kebanyakan di situ. Jadi pembaca paling banyak itu mulai jam 12 siang mungkin karena jam makan siang ya. Jam 4 sore itu mulai turun mungkin karena orang-orang pada pulang kerja kan di sini kebanyakan naik motor ya kalau orang bekerja itu kecuali di Jakarta. Kalau di Jakarta orang pulang kerja naik angkutan umum ya banyak yang naik angkutan walaupun banyak yang naik kendaraan pribadi tapi banyak juga yang naik angkutan umum. Di angkutan umum mereka bisa mengakses website entah itu website berita nah kalau di sini kan kebanyakan naik motor, naik kendaraan pribadi. Jam 4 itu sepi pasti. Nah itu mulai rame lagi yang baca abis maghrib orang pada istirahat ya. Itu waktu-waktu orang mengakses berita. Kita redaktur fokusnya di itu antara jam 12 siang sampai abis maghrib seperti itu. Dalam konteks tol ini ya misal ada berita tol pemberian ganti rugi atau ada penolakan warga terhadap tol demonstrasi misalnya. Misal pemberian ganti rugi jam 10 pagi gitu kita uploadnya nggak langsung jam 10 pagi karena ada kemungkinan jam 10 pagi itu sepi dibaca. Jadi kita uploadnya pas makan siang jam 12 sampai jam 1 itu kita *upload*, orang-orang istirahat. Begitu pula ada peristiwa sore jam 4. Jam 4 tu orang-orang pada pulang kerja naik motor di jalan kan otomatis nggak ada waktu untuk mengakses informasi kita keluarinnya habis maghrib karena orang-orang punya waktu senggang untuk melakukan kegiatan.

**P:** Apakah manajemen media cetak dan manajemen media online digabung atau dipisah?

**N:** Digabung. Ini kan sesuai sama prinsip konvergensi ya, digabung jadi satu.

**P:** Dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen apakah media online sebagai support saja atau sebagai kanal utama bersama media cetak?

**N:** Jadi kanal utama bersama media cetak.

**P:** Saya liat website Harian Jogja dibagi menjadi beberapa kanal seperti berita utama dan kanal lainnya, bagaimana cara menentukan suatu berita masuk di berita utama atau di suatu kanal?

**N:** Pertama, nilai berita ya. Nilai beritanya kan kalau dalam teori jurnalistik harus aktual kemudian harus *prominent* dan lain sebagainya ya. Itu hampir sama tapi kalau di online mungkin perubahannya ada variasinya dikit di aspek judul kemudian algoritma Google, algoritma Facebook, dan lain sebagainya. Nah itu yang agak kesulitan tapi yang jelas berita yang jadi patokan utama masuk berita di halaman muka website itu berita-berita yang kemungkinan diklik sama orang. Apa sih berita yang diklik sama orang? Nah itu kita belajar, kita mengacu ke yang tadi saya sampaikan di awal di *traffic*, di Google Analytics gitu. Google Analytics itu kan ada rekamannya ya, kita bisa pelajari kira-kira berita apa sih yang banyak dibaca orang, yang banyak diklik gitu. Nah itu yang jadi acuan. Kebetulan di sini, di DIY tol Jogja itu termasuk yang banyak diklik di Harian Jogja. Mungkin juga di media lain, mungkin juga seperti itu ya tapi kalau di Harian Jogja pasti itu. Infrastruktur, pembangunan infrastruktur apalagi tol Jogja-Solo ya. Tol ini kan selama ini kan ada pro kontra. Pertama itu ya. Dulu kan sempat ada pendukung tol sama pendukung orang yang nggak suka sama tol itu ya sama aspek pemilihan presiden tahun 2019 dulu. Kemudian DIY ini kan belum pernah punya tol, belum ada tol. Sementara daerah lain ada tol. Kemudian yang jelas nilai ganti ruginya. Nilai ganti rugi itu menarik ya. Banyak orang yang karena tertarik pengen tau berapa sih nilai ganti rugi tol itu kan orang yang nggak dapet ganti rugi pun tertarik baca karena itu seperti memicu angan-angan mereka karena nilai ganti ruginya kan besar bisa seperti itu. Akhirnya tol memang punya pembaca yang cukup besar di Harian Jogja malah paling besar itu tol. Tol Jogja-Solo-Bawen itu paling besar. Pasti berita tol itu banyak yang baca. Hampir dipastikan banyak yang baca. Misalnya tol, pembangunan jalan penghubung tol dari Prambanan ke Gunungkidul itu ya rencananya, itu pun banyak dibaca yang lainnya berita-berita peristiwa. Tapi kalau bukan berita peristiwa yang paling banyak dibaca itu infrastruktur terutama tol.

**P:** Apakah ada perbedaan tahap pelaksanaan antara sebelum pandemi dan saat pandemi sekarang selain WFH?

**N:** Nggak ada sih. Nggak ada perbedaan.

**P:** Karena redaktur online itu fleksibel ya mas?

**N:** Iya. WFH ini kan khusus untuk redaktur ya karena kemarin ada kasus di kantor kemudian diminimalkan orang-orang yang ada di kantor. Untuk redaktur karena apalagi online bisa digarap di mana pun ya, di rumah makanya nggarapnya di rumah nggak lagi di kantor. Ke kantor kalo cuma pas piket aja dan kemungkinan karena nggak ada perbedaan ya antara kualitas berita kemudian produksi berita karena dikerjakan di rumah

atau di kantor bahkan ada kemungkinan bisa dilanjutkan seterusnya. Meski pandemi udah nggak ada tim online bisa mengerjakan dari nggak harus di kantor dari manapun. Di rumah pun bisa.

**P:** Proses menyunting hingga publikasi berita itu butuh waktu berapa lama mas?

**N:** Online ya. Redaktur online itu paling cuma 10 menit sih. Rata-rata 10 menit tiap berita tapi kadang-kadang kalau ada bahan ini karena kita membicarakan tol mungkin kalau tol agak lama ya karena biasanya beritanya panjang sekalian. Cari informasi lengkap kemudian dipecah-pecah lagi itu paling sekitar 20 menit lah. Sekalian *upload* ya 20 menit.

**P:** Menurut Anda lebih penting mana antara kecepatan atau ketepatan berita?

**N:** Seharusnya ya ketepatan ya, dan memang ketepatan sih karena kecepatan itu perbedaan antara berita yang diunggah sekarang sama jam berikutnya relatif nggak ada sebenarnya karena kita bisa memanfaatkan agar dibaca orang kan kita bisa pakai medsos ya, dipush di medsos atau ada website khusus yang push notif. Jadi push notif dah tau mbak?

**P:** Belum mas. Apa ya push notif?

**N:** Jadi kalau misalnya mbaknya buka website berita ya. Harian Jogja atau berita apa, nanti kan ada tawaran apakah Anda ingin mendapatkan pemberitahuan? Kita punya pilihan ya oke dapat pemberitahuan atau nggak. Kalau ya oke nanti tiap berita baru atau tiap berita HP mbaknya kan ada pemberitahuan oh ini misalnya Harian Jogja ada berita ini. Jadi mbaknya nggak perlu ngeklik. Udah ada berita. Oh ada berita ini. Push notif itu yang ngatur kita, ada websitenya. Masukin berita yang mau dipush, mau dinotifikasi ke pembaca atau nggak pembaca yang sudah mengeklik setuju itu. Dengan adanya itu kecepatan nggak terlalu penting apalagi kalau selisihnya cuma setengah jam, satu jam. Misalnya berita diunggah sekarang kemudian nanti satu jam lagi dipush notif itu masih bisa. Lebih penting ketepatan sih daripada kecepatan.

**P:** Oke. Kalau di online itu ada koreksi lanjutan?

**N:** Ada, di bawahnya ada catatan dari redaksi tentang koreksi berita tersebut. Misalnya ada koreksi lebih gampang sih mbak. Kalau online sekarang kalau keliru bisa 5 menit kemudian atau setengah jam kemudian dikoreksi kan bisa langsung terlihat. Lebih enak. Kalau cetak kan koreksinya harus nunggu satu hari kemudian.

**P:** Khusus redaktur online itu juga lebih ke SEO nggak mas?

**N:** Iya, itu pasti. Itu kan untuk memenuhi algoritma Google ya. Sebenarnya merusak kualitas jurnalisme itu kalau menurut saya sendiri ya, karena SEO itu pertama sekarang

kecenderungannya *lead* itu nggak sesuai sama kaidah Bahasa Indonesia. Banyak media nggak cuma Harian Jogja ya media nasional pun penulisannya nggak sesuai sama kaidah Bahasa Indonesia karena memenuhi tuntutan SEO. SEO itu kan biar pembacanya banyak ya, biar pencariannya lebih mudah harus memenuhi kaidah-kaidah SEO tapi kadang-kadang kaidah SEO itu bertabrakan dengan kaidah Bahasa Indonesia. Itu yang bikin nganu. SEO tu ya memang memudahkan. Itu kan semacam sirkulasi ya kalau di surat kabar, sirkulasi produk berita tapi sayangnya ya itu lebih banyak merusak kualitas jurnalisme daripada memacu kualitasnya.

**P:** Menurut Mas Budi SEO itu malah merusak ya.

**N:** Ya merusak kualitas jurnalisme, jelas. Berita-berita *clickbait* itu kan karena SEO, karena tuntutan-tuntutan SEO. Judul yang *clickbait*, judul yang dalam tanda kutip tidak bermutu ya itu kan karena tuntutan SEO sebenarnya termasuk keyword-keywordnya apa kemudian *keyword* hari ini apa itu selalu berubah tiap hari dan sampai sekarang pun Harian Jogja masih kesulitan ya kalau memenuhi kaidah-kaidah SEO. Itu sangat susah. Kadang-kadang *keyword* hari ini beda sama *keyword* besok dan hampir selalu seperti itu dan nggak ada rumus SEO baku yang menyebut harus seperti ini, harus seperti ini. Susah seperti memancing ikan mungkin ya untung-untungan itu mungkin ya.

**P:** Kalau di Harian Jogja itu apa yang sering dicari selain pembangunan tol?

**N:** Berita PSIM-PSS ya, penonton kemudian berita-berita yang skandal gitu lho dalam tanda kutip. Skandal-skandal yang melibatkan apa. Skandal itu bisa korupsi atau skandal pribadi seseorang itu kan banyak yang baca walaupun itu sebenarnya nggak masuk kategori berita ya itu, gosip itu. Informasi yang bukan berita tapi banyak yang diklik dan itu kadang membantu *traffic* makanya terus tetep ada.

**P:** Apakah ada pemberian *reward* atau *punishment* kepada redaktur, berupa apa?

**N:** *Punishment* kalau ada kekeliruan atau *reward* kalau apa gitu ya. Ada. Kalau di Harian Jogja kan ada penilaian SDM ya itu kan diisi tiap semester nah itu nanti akan menentukan *reward*. *Reward*-nya *reward* intensif gaji, bonus misalnya seperti itu. Kalau *punishment* SP nanti yang memberikan atasan. Kalau misalnya ada kekeliruan ya nanti ada surat peringatan.

**P:** Oh, oke baik mas. Apakah akan ada inovasi terbaru dari Harian Jogja di era multiplatform ini? Misalnya untuk target anak muda karena mereka tu lebih seneng berselancar di internet.

**N:** Target kita itu sebenarnya target mengarahkan [harianjogja.com](http://harianjogja.com) bukan lagi media yang bisa diakses secara gratis oleh masyarakat tapi berbayar, *subscribe*. Jadi sekarang kan



pembiayaan media dari iklan sama dari sirkulasi itu dulu. Kalau sekarang kan semakin banyak ya sumbernya. Dari iklan, dari sirkulasi nah dari sirkulasi ini online selama ini kan pendapatan kita lewat sirkulasi online kan nggak ada. Target kita itu. Bagaimana meraup pendapatan dari pembaca. Jadi kita fokusnya nanti berita-beritanya [harianjogja.com](http://harianjogja.com) terutama yang *subscribe* ya untuk yang berbayar ketika pembaca mengakses itu harus berlangganan nanti beritanya lebih panjang, lebih dalam hampir seperti di media cetak seperti itu. Jadi nggak cuma berita-berita pendek tapi berita-berita yang benar-benar komprehensif dengan kualitas yang benar-benar diperhatikan.

**P:** Berarti kayak e-paper gitu ya mas tapi berlangganan?

**N:** Bukan e-paper. Jadi modelnya pernah berlangganan Kumparan belum?

**P:** Kalau langganan belum pernah.

**N:** Kalau di Kumparan itu kan ada menu langganannya. Itu kan bentuknya bukan e-paper tapi artikel, jadi artikelnya paling cuma 2 paragraf yang bisa dibaca sama pembaca. Kalau pengen baca bawahnya nanti harus login, kalau login itu nanti bisa berlangganan. Jadi bentuknya kalo e-paper itu kan PDF ya bukan seperti itu. Jadi berita panjang tapi bacanya berlangganan.

**P:** Kalau yang saya tau itu ada di [kompas.id](http://kompas.id).

**N:** Iya, seperti itu. Sekarang kan hampir semuanya mengarah ke situ mbak yang sudah mengawali itu Majalah Tempo ya sama koran Tempo itu kan menerapkan kebijakan berbayar dan itu bentuknya bukan PDF ya bukan kemudian koran terus digeser ke online itu bukan tapi memang benar-benar online. Kompas, Kumparan kalau saya itu sih kalau di Indonesia. Oh ada Tech in Asia. Kalau semakin banyak yang langganan nanti biaya menguntungkan konsumen karena biaya berlangganannya biar semakin kecil. Menguntungkan publik secara luas karena media bisa lebih independen ya nggak tergantung, nggak bisa ditekan-tekan sama pemasang iklan dan media bisa lebih *survive* gitu.

**P:** Di Harian Jogja, e-paper yang *upload* dari tim online juga?

**N:** Enggak, itu dari tim sirkulasi itu bukan dari online.

**P:** Menurut Anda seberapa pentingnya perusahaan media menerapkan konsep jurnalisme multiplatform?

**N:** Sangat penting sih. Sama seperti yang saya sampaikan di awal mbak kalau nggak ada platform online ya udah tutup medianya karena media cetak kan nggak ada yang baca sekarang. Ke depan itu media cetak koran atau majalah dicetak hanya *on demand* atau berdasarkan permintaan ya misalnya ada permintaan cetak ini. Ke depan seluruhnya

dengan situasi seperti ini produknya ya benar-benar produk online dan itu diaksesnya ya kalau sekarang kan gratis ya, diakses gratis gitu besok akhirnya berbayar.

**P:** Berarti saya simpulkan bahwa Harian Jogja akan melakukan konsep berlangganan untuk online.

**N:** Iya, industri surat kabar sepertinya memang akan mati mbak yang nggak mati itu industri media massa. Seperti tadi yang saya bilang ya paling dicetaknya berdasarkan permintaan mungkin 100 atau apa tapi kalau industri media tetep bisa berjalan. Syaratnya itu harus konvergensi. Sekarang sudah eksklusif ya nanti semakin eksklusif lagi. Sekarang kita, saya, mbaknya itu, mbaknya pernah melalui budaya baca koran belum?

**P:** Waktu kecil sih mas tapi kalau sekarang udah jarang.

**N:** Jarang kan ya. SMA gitu baca koran nggak?

**P:** SMA udah mulai jarang.

**N:** Makanya itu karena ini kan kecenderungannya hampir sama. Saya juga seperti itu. Saya 5 tahun lalu mungkin masih baca koran ya sekarang nggak pernah baca koran walaupun saya pekerjaannya di media massa nggak pernah baca koran. Informasi kan lebih gampang diakses HP.

**P:** Mungkin itu saja mas pertanyaan-pertanyaan dari saya. Mungkin ada tambahan dari Mas Budi?

**N:** Sudah cukup sih seperti itu.

**P:** Terima kasih, Mas Budi.

### **C. Sugeng Pranyoto (Editor Cetak Harian Jogja)**

**P:** Apakah boleh diceritakan profil singkat bapak seperti nama lengkap dan sejak kapan bekerja di Harian Jogja?

**N:** Nama Sugeng Pranyoto. Tahun 2008 sampai sekarang redaktur Harian Jogja.

**P:** Apakah Anda setuju dengan pendapat semakin lama surat kabar konvensional semakin sedikit pembacanya?

**N:** Tidak setuju, tergantung medianya dalam menyikapinya. Kalau media tidak berubah dan berinovasi sesuai tuntutan pembacanya maka mereka akan ditinggalkan.

**P:** Apakah industri surat kabar mengalami banyak kendala karena mudahnya akses berita di internet?

**N:** Surat kabar pasti terpengaruh dengan adanya media internet.

**P:** Pernah mendengar konvergensi media? Tanggapan Anda mengenai konvergensi media.

**N:** Mau tidak mau dengan kemajuan teknologi saat ini, media harus melakukan itu.

**P:** Apa saja platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan?

**N:** Cetak, online, radio, dan digital.

**P:** Bagaimana rutinitas produksi berita dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Harian Jogja? Apakah menerapkan prinsip manajemen redaksional POAC?

**N:** Prinsip manajemen redaksional POAC selalu diterapkan. Namun untuk pemberitaan tol tidak tiap hari dilakukan, melainkan disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Misal pas ada pembayaran ganti rugi, dll.

**P:** Bagaimana tahapan manajemen redaksional dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Harian Jogja?

**N:** Redaksi Harian Jogja, terutama yang cetak setiap hari ada dua kali rapat. Rapat sore adalah rapat *budgeting* untuk menentukan berita-berita apa saja yang layak dipilih untuk halaman 1. Kemudian rapat malam untuk perencanaan keesokan harinya. Pada rapat itu berita proyek tol sering diusulkan.

**P:** Bagaimana tahap perencanaan dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen yang dijalankan dalam manajemen redaksional di Harian Jogja?

**N:** Setiap hari, reporter melaporkan *listing* berita yang diperoleh sebelum rapat redaksi berlangsung. Redaktur pengampu reporter kemudian melaporkan dalam rapat redaksi, termasuk berita soal tol.

**P:** Siapa saja yang ikut dalam rapat redaksi pada tahap perencanaan?

**N:** Redaktur, redaktur pelaksana, pemimpin redaksi, dan sekretaris redaksi.

**P:** Penentuan *angle* berita mengenai liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Harian Jogja seperti apa?

**N:** Disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Misal pas ada ganti rugi, ya *angle*-nya soal ganti rugi, berapa besaran yang diterima, dll.

**P:** Bagaimana Harian Jogja menanggapi isu pembangunan yang sedang gencar dilakukan khususnya di Yogyakarta?

**N:** Media proporsional dalam memberitakan pembangunan yang gencar dilaksanakan. Jika memang ada yang merugikan kepentingan warga, media wajib untuk mengkomodasinya.

**P:** Fasilitas apa saja yang disiapkan oleh kantor maupun individu dalam melakukan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen?

**N:** Tidak ada fasilitas khusus yang diberikan ke reporter.

**P:** Di Harian Jogja apakah reporter bertugas untuk semua platform atau satu platform satu reporter?

**N:** Reporter Harian Jogja juga menjadi penyuplai untuk cetak dan online. Untuk *event-event* tertentu seperti Pilkada juga menyuplai untuk radio.

**P:** Apakah ada karakteristik yang ditonjolkan pada tahap perencanaan?

**N:** Tergantung isu yang akan diangkat. Biasanya dalam rapat redaksi dibahas penekanannya pada aspek tertentu dalam sebuah berita. Misal soal tol jika masuk ganti rugi penekanannya bisa berapa uang paling banyak yang diterima warga.

**P:** Bagaimana rutinitas produksi berita dari pencarian berita hingga publikasi berita?

**N:** Setiap hari redaksi ada dua kali rapat. Setelah rapat pertama, redaktur mengedit berita, kemudian ditata oleh bagian produksi kemudian dicetak.

**P:** Siapa pihak yang bertanggung jawab atas tahap pelaksanaan?

**N:** Reporter bertanggung jawab mencari berita, redaktur mengedit berita.

**P:** Proses menyunting berita butuh waktu berapa lama?

**N:** Setiap halaman punya deadline yang berbeda-beda.

**P:** Apakah cukup sekitar 15 menit?

**N:** Ya sekitar itu.

**P:** Dalam sehari bisa berapa berita pak yang dikerjakan?

**N:** Saya pegang 3 halaman. Halaman utama (halaman 1), halaman berita utama, dan halaman olahraga. Satu halaman tanpa ada iklan rata-rata 7 berita. Jumlah itu bisa berkurang jika dalam 1 halaman ada iklannya. Tujuh berita untuk satu halaman jadi kalau 3 halaman bisa 21 berita.

**P:** Menurut Anda, lebih penting mana antara kecepatan atau ketepatan berita?

**N:** Dua-duanya penting.

**P:** Sebelum publikasi, apakah ada campur tangan pihak manajerial atau hanya tim redaksi saja?

**N:** Redaksi.

**P:** Apa saja yang dibahas dalam tahap pengawasan terkait liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Harian Jogja?

**N:** Liputan harus sesuai dengan yang sudah direncanakan.

**P:** Apakah ada pemberian *reward* atau *punishment*? Berupa apa?

**N:** Ada, disesuaikan dengan aturan perusahaan.

**P:** Apa saja kendala ketika menerapkan jurnalisme multiplatform?

**N:** Soal kecepatan.

**P:** Menurut Anda, seberapa pentingnya perusahaan media menerapkan konsep jurnalisme multiplatform?

**N:** Sangat penting.

#### **D. Abdul Hamid Razak (Reporter Harian Jogja)**

**P:** Boleh perkenalkan diri dulu bapak?

**N:** Nama saya Abdul Hamid Razak reporter Harian Jogja.

**P:** Bagaimana tahap perencanaan yang dilakukan oleh wartawan dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Harian Jogja?

**N:** Ketika redaksi itu pengen mendalami sebuah isu kebetulan aku kan fokusnya lebih ke Jogja-Solo karena proyek Jogja-Solo lebih dulu daripada Jogja-Bawen tapi ya aku di Jogja-Bawen ketika kayak sudah paham konsep atau kegiatannya ada di Jogja-Solo, untuk Jogja-Bawen tidak terlalu intens karena prinsipnya sama mereka antara Jogja-Solo sama Jogja-Bawen prinsip kerjanya sama karena yang melakukan juga pemerintah pusat, konstruksinya hampir sama isinya kayak BUMN-BUMN yang ikut jadi polanya sama makanya isunya nggak terlalu intens di Jogja-Solo, di Jogja-Bawen tapi lebih intens di Jogja-Bawen eh Jogja-Solo. Selain itu, Jogja-Solo sama Jogja-Bawen itu dampak ke masyarakatnya lebih banyak Jogja-Solo karena luas bidang yang juga digunakan untuk pembebasan lahan juga itu lebih luas Jogja-Solo daripada Jogja-Bawen. Itu yang pertama ya. Jogja-Bawen hanya nggak sampai 10 kilo Jogja-Bawen itu yang masuk area Sleman. Kalau yang Jogja-Solo itu luas banget, panjang banget yang dipake sekitar berapa ya 60 kilo ada kayaknya makanya lebih intens ke situ. Tapi isu-isu di Jogja-Bawen sendiri itu kan tidak terlalu riskan karena kebanyakan lahan terdampaknya itu sawah juga sih, sawah dan itu konsepnya *elevated* jadi di atas tanah pembangunannya itu dan apa namanya selain jalannya tidak terlalu jauh juga di atas selokan. Jadi persoalan di masyarakat tidak terlalu riskan sih makanya beda sama Jogja-Solo. Jogja-Solo itu lebih di *at grade* di atas tanah jadi langsung nyambungnya beda sama Jogja-Bawen konsepnya tu *elevated* kayak gitu. Nah terus ada beberapa kecamatan yang dilalui Jogja-Bawen dan apa ya 7 desa yang terdampak di sana. Tapi secara umum itu konfliknya tidak terlalu besar dibanding konfliknya Jogja-Solo. Nah untuk isu-isu kayak gitu biasanya pendalaman kalau dari redaksi minta ada pendalaman misalnya terkait dengan proses perencanaan misalnya musyawarah warganya gimana terus apa aja harapan dari warganya dan sebagainya itu malah ada perencanaan dulu dari redaksi. Isu ini mau dibawa kemana kayak gitu loh. Selain dari redaksi ada inisiatif juga dari wartawannya di lapangan. Misalnya, ketika ada

sosialisasi tol pertama itu kita juga hadir kesana, kita juga mengikuti paparan dan setelah itu minta pendapat dari warga terdampak. Itu termasuk juga perangkat desa yang terkena tol juga kita ikut itu. Untuk perencanaan dan semacam itu tentu ada entah itu inisiatif dari wartawannya atau perencanaan dari redaksi. Gitu mbak. Ketika sudah misalnya wartawan udah dapat berita ya misalnya hari ini apa isunya yang diangkat itu ketika rapat redaksi itu pengen ini difollow up, ditindaklanjuti dengan apa ya narasumber lain dan semacamnya itu, itu nanti disatukan lagi. Oke misalnya hari ini sudah ada terbitan beritanya malamnya di rapat redaksinya itu pengen ini diperdalam bagian ini, bagian ini nanti kita cari narasumber yang sesuai dengan itu. Bisa jadi ada rangkaian pemberitaan misalnya hari pertama, kedua, ketiga itu bisa jadi kayak gitu. Terus ada lagi?

**P:** Siapa saja yang ikut dalam rapat redaksi dan itu waktunya kapan?

**N:** Kalau rapat redaksi itu murni kewenangan dari redaktur semua mbak. Jadi redaktur, redaktur pelaksana, pimred juga terlibat di situ. Murni mereka yang nganu, yo kadang-kadang kan yang tau lapangan kan wartawannya mungkin redaktornya nanya-nanya dulu ke wartawannya ini kayak gimana kayak gimana gitu loh. Selain mungkin pokoknya hal-hal yang tidak diketahui sebelum dibawa ke redaksi ditanyain dulu kalau nanti sudah jelas itu langsung dilakukan atau memang redaksi sudah tau dan nanti langsung diobrolkan ke wartawannya kayak gitu. Jadi wartawannya yang di reporter itu nggak masuk dalam sidang redaksi.

**P:** Ooo nggak ikut ya pak berarti.

**N:** Enggak, nggak ikut. Kalau ada laporan redaksi, makanya kalau mereka kalau redaksinya redaksi sudah paham memahami persoalan ya udah mereka yang melakukan semuanya tapi kalau masih butuh data-data di lapangan misalnya itu biasanya dihubungi dulu, wartawannya dihubungi dulu ini bener nggak terus persisnya kaya gimana sebenarnya kayak gitu-gitu lho mbak. Baru nanti dirapatkan di redaksi.

**P:** Ooo oke baik pak.

**N:** Kalau terlibat langsung dalam satu forum itu nggak, reporter nggak.

**P:** Kemudian bagaimana penentuan *angle* berita mengenai liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Harian Jogja?

**N:** *Angle*-nya itu kita lebih menitik tergantung ini ya, tergantung isu yang diangkat itu apa misalnya informasi mungkin, informasi terkait pembayaran pembebasan lahan bagaimana atau jumlah biaya yang dibebaskan, lahan yang dibebaskan itu berapa. Itu lebih ke informatif aja. Walaupun ada yang konflik misalnya ada penolakan dari warga tergantung perkembangan di lapangan sebenarnya.



**P:** Lanjut. Fasilitas apa yang disiapkan oleh kantor maupun individu dalam melakukan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen? Apakah dari perusahaan dapat fasilitas seperti *handphone* atau kuota atau laptop seperti itu pak?

**N:** Hmm kalau fasilitas itu gini di perusahaan kita kan untuk kita dapat kuota itu 100 ribu ya per bulan. Sepanjang itu kita dapat 100 ribu. Untuk selebihnya oleh wartawannya sendiri. Untuk perangkatnya misalnya *handphone* dan kamera itu ya dari wartawannya sendiri. Kecuali memang ada biasanya disediakan untuk fotografer. Hanya fotografer. Apa ya dia kan butuh walaupun fotografer harus punya sendiri gitu lho mbak. Sebelum ada, sebelum kita gabung ke Harjo itu memang ada komitmen awal untuk peralatan memang harus punya sendiri bukan disediakan oleh kantor. Gitu, khusus itu. Dulu kan masih ada tapi di kantor kita ada fasilitas apa komputer ada. Waktu dulu itu 2008 itu kan masih belum awal juga sih ya internet masih terus apa HP juga yang online kan yang untuk email itu kan masih jarang-jarang banget. Kinerjanya itu setelah di lapangan baru ke kantor, ngetik di kantor, standar berita di kantor gitu kalau dulu. Kalau sekarang kan sudah apa-apa kan sudah *by phone* fasilitasnya lebih apa akhirnya ya kita kirim lewat *handphone* itu baik beritanya maupun fotonya.

**P:** Berarti di Harian Jogja itu ada fotografernya sendiri gitu ya pak, fotografer khusus.

**N:** Ada. Fotografer ada karena apa ya mereka lebih menguasai teknik fotonya sih, teknik foto yang oke. Misalnya untuk misalnya kegiatan orang penting lah, orang penting yang di mana awak media harus ada jarak dengan mereka makanya butuh fotografer yang ngambil agar gambarnya tu yang bagus. Kalau mengandalkan ponsel kan tidak bisa menjangkau ataupun kegiatan Merapi itu misalnya kalau hanya pakai ponsel biasa kan tidak terlalu ini tidak bisa apa ya targetnya itu nggak terlalu bagus lah mbak hasilnya jadi butuh fotografer. Ada sendiri kita. Terus kita punya divisi baru karena ini kan mengikuti perkembangan, kita punya divisi baru namanya divisi digital itu dia lebih khusus ke apa ya kegiatan-kegiatan *talkshow* terus pokoknya hal-hal yang berkaitan dengan terkait pemberitaan atau diskusi yang disiarkan oleh ada divisi khusus itu termasuk yang konvergensi media ya. Kita menyediakan kanal khusus untuk itu. Untuk fasilitas itu mbak. Jadi untuk kuota dan semacamnya itu kita memang ada tunjangan istilahnya tunjangan kayak uang pengganti untuk dari kantor 100 ribu selebihnya ya dari wartawannya sendiri.

**P:** Apakah jurnalis dituntut untuk *multitasking* melakukan liputan di berbagai platform?

**N:** Iya. Termasuk videografi juga jadi karena apa ya fotografer kan hanya 2 orang ya, kita punya 2 orang fotografer dan luas lingkupnya kan cukup luas juga daerahnya misalnya

Sleman. Sleman ada kegiatan apa kan tidak bisa diampu oleh 2 fotografer. Kadang mereka juga punya kegiatan sendiri misalnya liputan sendiri kan beda makanya setiap wartawan itu di daerah itu juga harus dia bisa mengambil gambar dan rekaman video itu juga iya. Jadi satu orang wartawan bahkan harus bisa *live report* itu tadi.

**P:** Ooo oke baik baik. Selanjutnya pak apakah ada perbedaan antara perencanaan platform satu dengan platform lainnya?

**N:** Kalau perencanaannya sama sih mbak. Perencanaannya sama, cuma ketika di lapangan itu yang nanti kan berbeda. Misalnya untuk kebutuhan online. Kebutuhan online sama kebutuhan cetak kan beda. Kebutuhan online ketika misalnya ada kejadian di lokasi atau apalah kejadian misalnya apa ya kejadian kecelakaan lah ya, kecelakaan antara kereta A dengan apa itu kita ketika di lapangan itu nulis 3-4 paragraf itu mikirin bentuk online itu masih bisa. Jadi kabar awal gitu loh. Kabar awal kita tulis seadanya dulu kondisi di lapangan habis itu bisa difollow up langsung ketika ada perkembangan. Misalnya identitas korbannya kita dapat baru kita kirim lagi *update-an* pemberitaan yang di lapangan itu kayak gitu. Jadi untuk khusus kejadian kayak gitu apa ya untuk hal ini beda sama cetak. Kalau cetak kan satu rangkaian berita utuh itu dikirim langsung ke redaksi. Disesuaikan dengan kondisi lapangan gitu.

**P:** Untuk pengumpulan berita ada batas waktunya? Antara dari jam berapa sampai jam berapa seperti itu.

**N:** Ada namanya *deadline*. Masing-masing *desc* itu punya *deadline* sendiri. Kita kan ini kaitannya dengan masalah percetakan ya. Jadi kan dalam *newspaper* itu kan ada berapa halaman, nah masing-masing halaman itu punya *deadline* tersendiri. Misalnya halaman yang paling dalam itu *deadline*-nya lebih cepet daripada halaman yang di luar. Paham kan mbak?

**P:** Iya, paham paham.

**N:** Misalnya ada 12 halaman nah halaman 6 tu lebih cepet daripada halaman yang di 1, halaman 3, 2, 4 gitu. Memang ada waktunya itu. Ada *deadline* masing-masing *desc*. Jadi misalnya untuk yang *desc* Sleman ya tapi ada secara umum juga ada misalnya secara umum semuanya itu harus sudah selesai entah sudah di pemberitaan, *editing* sampai apa sunting sampai *editing* selesai itu maksimal jam 19.00 kayaknya semuanya itu selesai ya. Jadi jam 19.00 semuanya sudah selesai tinggal habis itu langsung di-*upload* ke percetakan gitu. Nah untuk ada pengecualian untuk yang halaman satu, biasanya halaman satu kan apalagi itu isunya itu sangat ditunggu biasanya ada pengecualian untuk halaman satu. Sampai jam 9 itu masih harus sudah biasanya sih.

**P:** Oke baik pak. Bagaimana penentuan anggota tim redaksi dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen?

**N:** Penentuan anggota dalam redaksi ya. Untuk perencanaan itu lagi-lagi itu perencanaan kembali ke yang pertanyaan tadi itu. Untuk rapat redaksi, reporter kan tidak terlibat langsung. Jadi yang menentukan itu apa ya dari sidang redaksi itu. Misalnya butuh pendalaman materi yang ini, butuh pendalaman ini itu juga dari sidang redaksi. Kita sudah dapat malem jadi untuk perencanaan tu malem sudah ada tugas. Si A ini ngurusi apa, si B itu yang ini gitu loh. Kalau ada tugas-tugas khusus sudah ada, sudah diberi tau redaksi sejak malam. Ya sekitar maksimal jam 8 sudah ada hasil dari redaksi sudah ada. Selain perkembangan isu di lapangan. Jadi perencanaan tetap ada tetap dilakukan oleh redaksi sebelum kita liputan. Biasanya itu juga gini setelah kita liputan hasilnya juga kita kirim *budget* ke redaksi. Kalau di Harjo itu pengiriman *budget*, *budget* berita yang apapun, berita yang dihasilkan pada hari itu kita sampaikan maksimal jam 2. Jadi misalnya kita kan satu wartawan itu ada paling tidak bisa nulis minimal 3 atau 4. Minimal untuk pemberitaan di cetak dalam satu hari itu dari jam 8 setidaknya sudah punya *budgeting* untuk pemberitaan itu minimal 3 atau 4 bisa lebih, bisa 5, bisa 6. Jadi itu tuntutan dari reporter harus memiliki itu. Setelah kita selesai liputan kita setor dulu ke redaksi kita dapat berita ini ini ini istilahnya *listing* ya kita *list* hasil pemberitaan yang akan kita tulis kita *listing* ke redaksi untuk dirapatkan di rapat redaksi. Rapat redaksi biasanya digelar jam 2.30 lah siang, 3 itu biasanya rapat redaksi mulai udah buka. Jadi rapat redaksi itu ya membaca isu-isu yang diterima oleh reporter tidak hanya di Sleman tapi semuanya itu termasuk misalnya isu tol itu ada nggak. Isu tol itu tidak setiap hari mbak tapi sewaktu-waktu ketika mungkin ada yang menarik itu dibahas itu bisa masuk *budgeting* juga. Jadi semuanya itu misalnya isunya yang diangkat itu mungkin hanya untuk di halaman luar itu ditentukan oleh sidang redaksi. Kalau isunya biasa saja biasanya masuk ke *desc* Sleman karena tol ada di Sleman. Jadi itu sidang redaksi juga menentukan itu, layak tidaknya di luar atau di dalam halamannya itu lho mbak. Nah setelah itu baru kita tulis sesuai dengan *deadline* itu. Jadi semuanya terpola kayak gitu mbak. Bisa dipahami nggak?

**N:** Iya bisa bisa pak.

**P:** Jadi kita liputan pagi terus jam 2 maksimal kita harus menyetor *listing*. *Listing* itu paling satu paragraf lah. Satu paragraf menjelaskan berita yang akan ditulis alurnya kayak gitu loh. Habis itu dilakukan sidang redaksi, sidang redaksi selesai nanti keluar juga berita mana saja yang layak untuk di halaman depan atau yang tidak layak masuk di halaman

dalam kayak gitu. Nah ketentuan layak dan tidaknya masuk halaman depan itu kan juga tergantung dari kualitas beritanya kalau datanya bagus, datanya kuat, datanya benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat biasanya masuk ke halaman luar. Kalau datanya tidak terlalu kuat atau biasa, biasanya masuk ke halaman dalam. Kayak gitu mbak.

**P:** Baik pak. Tadi bapak bilang bahwa reporter ada 3-4 berita ya setiap harinya. Kalau untuk online seperti apa pak? Apakah juga satu reporter itu harus setor 3-4 berita?

**N:** Ya hampir sama sih. Hampir sama tapi kan biasanya gini karena kita berbeda dengan *pure* media online ya karena kita kan masih 2 media cetak sama online. Kalau model *pure* media online seperti Detik dia ya ... sebentar ya mbak.

**P:** Iya pak.

**N:** Oke. Jadi tuntutan antara media cetak, media online *pure* itu beda. Jadi misalnya ada apa ya *update*-annya itu lebih cepat tuntutannya itu dari media *pure* online. Misalnya dari Detik atau dari mana ya kompas.com semacamnya itu tuntutannya lebih cepet. Untuk meng-*update* kalau ada isu, kalau ada persoalan yang perlu di-*update*. Kalau biasa enggak. Satu reporter misalnya karena ini lagi dalam satu hari itu reporter tu ada kewajiban sebelum jam 12 itu setidaknya udah nyetor satu berita online. Sebelum jam 12. Ada kewajiban kayak kita itu sebelum jam 12 harus nyetor berita online satu aja terserah mau berita apa aja. Berita terkait yang ditugaskan juga nggak papa atau apa ya kegiatan apa aja pokoknya itu kewajibannya kayak gitu. Memenuhi kebutuhan berita sebelum jam 12 aja sih. Misalnya kalau dari Sleman kan ada 2 reporter, satu satu kan sudah ada stok berita untuk online jadi ada 2. Kalau dikalikan 5 *desc* untuk daerah itu kan sudah ada 10 stok untuk berita sebelum jam 12 itu. Bisa ditayangkan jam 9, jam 10, jam 11 tapi kan setidaknya ada stok berita sebelum jam 12. Soalnya polanya kan memang sebelum jam 12 masih pada liputan kan mbak polanya. Jadi biar online itu tetep memberikan apa ya berita-berita harus ada kewajiban itu, harus ada stok berita itu biar online tetep jalan terus. Gitu.

**P:** Oh iya baik pak. Apakah ada perbedaan pak antara sebelum pandemi dan saat pandemi ini? Dalam tahap pelaksanaannya di lapangan.

**N:** Ada perbedaan. Perbedaannya ya kita tetep menyesuaikan dengan protokol kesehatan. Itu yang pertama. Kita juga lebih menghargai narasumber seperti kayak tidak bisa ditemui mereka kan waktu awal-awal pandemi itu kan susah ya. Awal pandemi susah untuk bertemu tatap muka itu yang susah dan banyak penolakan. Untuk itu karena menjaga itu, untuk menjaga penolakan kebanyakan sumber itu *by phone* tidak bisa tatap muka dan itu sudah saling memahami antara sama-sama tau. Beda jauh. Sebelum pandemi ya biasa kita

bertemu di kantor atau wawancara tatap muka langsung itu dah biasa. Ada protokol kesehatan kita jalani protokol kesehatan. Kalau pun bisa ditemui ya harus sesuai protokol kesehatan tetep ada jarak kayak gitu, tidak berkerumun. Itu aja sih. Perbedaannya lebih ke situanya aja. Menyesuaikan.

**P:** Lanjut. Proses meliput, menulis, menyunting hingga publikasi berita itu butuh waktu berapa lama pak?

**N:** Lagi-lagi ini kan rangkaian ya, rangkaian. Kita juga ada *deadline*. Saya sebut rangkaian karena produksi berita itu kan dilakukan oleh reporter. Ketika sudah selesai misalnya *deadline*-nya itu harus jam 3 selesai ya itu harus dilakukan sebelum jam 3 supaya berita itu sudah harus dikirim ke redaksi. Nah masalah *editing*, menyunting, dan semacamnya itu kita reporter tidak terlibat karena itu tergantung dari editor. Editor atau redaktur di kantor gitu mbak. Kita hanya lihat masalah *deadline* aja. Kita kuasai di *deadline*. Satu berita itu 30 menit bisa yang susah kan datanya, narsumnya juga itu susah. Datanya itu atau tergantung dari narasumbernya itu bisa cepet atau tidak atau kadang-kadang kan kita butuh makalah data, data angka. Kalau nggak keluar juga nggak enak juga kan nggak sreg gitu loh. Kalau data angka misalnya untuk Jogja-Bawen itu berapa sih yang terdampak. Kalau disebut yang terdampak satu kampung itu puluhan, nah puluhan ini kan ada angka. Nah kita cari angkanya itu lho pakai data bisa dipastikan. Ada itu lho ada angka kan enak. Jadi warga yang tidak terdampak supaya ooo jumlah yang terdampak 70 orang gitu lho. Di lain itu kan tidak terlalu kebingungan atau tidak perlu khawatir yang terdampak bukan 100 orang tapi puluhan jadi pasti. Ketika kita sudah dapat angka yang pasti itu biar enak. Bukan puluhan, bukan ratusan. Nah kita ini liatnya data-data seperti itu mbak. Termasuk misalnya membayar ganti rugi. Ganti ruginya itu misalnya yang pasti berapa itu yang kita kejar. Bukan yang milyaran. Milyaran kan berarti kan seharusnya ada angka pastinya to. Nah itu yang kita cari di situ. Data-data yang akurat gitu. Kita hanya sampai *deadline* aja. Untuk penyuntingan, *editing*, dan semacamnya itu kantor. Mereka juga punya itungan juga, punya *deadline* dengan percetakan itu karena sekarang online ya bisa jadi redaktornya itu ngedit ketika masuk terus kita langsung diedit bisa juga atau setelah sidang redaksi mereka mulai ngedit itu bisa juga. Tergantung dari redaktornya juga mau cepet apa nggak gitu. Ada tuntutan *deadline* juga. Jadi reporter ada *deadline*-nya, redaktur juga ada *deadline*-nya. *Layouter* juga ada *deadline*. Kita kan ada proses pra cetak itu kan juga melibatkan *layouter*. *Layouter* itu bagian produksi. Jadi rangkaiannya itu. Reporter, reporter ke redaksi, redaksi di dalamnya ada redaktur, editor nah setelah selesai berita itu nanti dikasih ke bagian produksi untuk di *layout*. Untuk

dicetak ya, di *layout*. Jadi di kantor itu ada redaksi, ada *layouter*. Di situ tata cetaknya itu bagaimana itu nanti mereka sendiri. Kita nggak terlibat yang di lapangan nggak terlibat. Jadi tata letak dan grafis apa aja yang dimunculkan di cetak itu mereka. Editor sama *layouter* itu tadi kolaborasi. Sebelum itu kan sudah ada penyuntingan apa lah pokoknya di situ ada salah apanya itu dibetulkan di situ sebelum dikirim ke percetakan. Itu yang cetak ya. Kalau untuk yang online itu kita reporter kirim nanti ada editor khusus untuk online. Jadi sebelum di-*upload* mereka edit pemberitaan yang entah kesalahan ketik dan semacamnya itu editor online yang melakukan sebelum di-*upload*. Nah bedanya kan itu. Jadi untuk yang *uploader* pemberitaan online itu lebih cepat daripada cetak tapi ya beritanya itu nggak sedalam biasanya nggak sedalam yang di cetak gitu mbak. Terus kita di Harjo juga masing-masing *uploader* itu memang ada kelompok inti. Ada redaktur online, ada redaktur pelaksana online itu ada, redaktur onlinenya juga ada, *uploader* untuk online juga ada. Ada tim lain antara cetak sama online meskipun antara cetak sama online tu kadang-kadang mereka sama. Sama maksudnya selain mengerjakan online juga mengerjakan cetak gitu lho mbak karena ini SDM nya kayak gitu. SDM cetak tidak terlalu banyak sih. Kita kerja efektif, efisien. Jadi satu redaktur pun bisa ngampu berapa halaman gitu lho. Misalnya dua atau tiga halaman. Jadi berbeda dengan media lain, mungkin satu redaktur fokus ke satu halaman gitu tapi kita satu redaktur bisa fokus menangani dua atau tiga halaman bisa. Ya tapi capek.

**P:** Itu berlaku juga untuk sosial media nggak ya pak?

**N:** Untuk tim online iya makanya di tim online itu nanti mereka juga selain *upload update*-an dari reporter, ada masing-masing punya kewajiban. Misalnya si A *uploader* ini media online untuk sosmednya Instagram. *Uploader* ini online untuk sosmednya Twitter. *Uploader* ini online untuk sosmednya itu. Ini masing-masing sudah terpola gitu. Jadi apa namanya nggak *overlap* juga sih, biarkan beban, kemungkinan kan juga ada ini jadi beban kerja kita juga dinilai tiap bulan. Itu ada, kita isi itu. Jadi sudah terpola gitu.

**P:** Oke, maaf sebelumnya pak saya boleh bertanya bapak ini ada waktu sampai pukul berapa ya?

**N:** Ini jam berapa ya?

**P:** Jam 09.50.

**N:** Masih banyak ya pertanyaannya?

**P:** Sekitar 5 pertanyaan lagi pak.

**N:** Yaudah ayo



**P:** Oh ya. Lanjut saja, menurut bapak lebih penting mana antara kecepatan atau ketepatan berita?

**N:** Kalau kita baiknya biar tidak ada masalah itu ketepatan berita walaupun ini khusus online ya mbak ya kalau gitu kan kecepatan tu masalah online tapi kita lebih diatur lebih baik tepat berita daripada eee apa ya ketika upload berita ternyata bermasalah gitu kita cari itu. Walaupun memang dalam aturan memang untuk pemberitaan online itu memang ada sifatnya itu kan terkait dengan pembaca juga. Pembaca kita sekarang kan banyak yang kritis juga mbak. Jadi ketika berita itu salah, itu akan sangat beresiko buat media ataupun pembacanya gitu lho makanya kita akurasi berita itu kita utamakan daripada kecepatan. Walaupun kecepatan juga dituntut untuk pemberitaan online itu tapi ya tidak ada persoalan nah itu. Berita atau apa itu akurasi yang diutamakan. Kita punya banyak pengalaman masalah itu masalahnya. Jadi bagaimana berita salah itu akan jadi bumerang buat medianya, terutama media, pembaca juga iya. Kesian pembacanya salah info kan kesian. Jadi itu kan tetep pada akurasi berita. Begitu.

**P:** Apakah ada pemberian *reward* atau *punishment* kepada jurnalis, kepada reporter?

**N:** Dari perusahaan?

**P:** Iya.

**N:** Alhamdulillah ya kemarin karena ini masalah ini ya mbak ya kita media perusahaan media juga eee apa ya punya target-target. Dari perusahaan tu ada target-targetnya harus dipenuhi atau butuh biaya oleh divisi lain misalnya divisi iklan atau divisi sirkulasi itu kan ada target. Nah media itu hidupnya dari kebanyakan dari kerjasama ataupun iklan ataupun *advertorial* dan semacamnya itu. Jadi pertama iklan, kita hidupnya kan dari iklan ketika iklan kejar targetnya tercapai misalnya bebannya 100M per tahun harus tercapai baru kemarin kita dapet bonus dari perusahaan karena targetnya tercapai. Walaupun pandemi kita targetnya luar biasa lah tercapai angka mestinya sih nggak tau. Nah baru kemarin dapat bonus setahun sekali itu. Untuk yang lain ya, untuk mereka yang kadang-kadang per tahun kita kan ada pemberian penghargaan kepada wartawan berprestasi atau karyawan berprestasi itu ya penghargaan ala kadarnya sih. Entah itu apa lah, pokoknya tapi ada *reward* lah dari perusahaan walaupun belum sesuai dengan mungkin yang diharapkan oleh karyawan atau reporter. Kalau semuanya itu tergantung dengan kondisi keuangan dari perusahaan, gitu tapi untuk sistem penilaian kita lumayan berjalan sih. Misalnya bukti AI itu harus diisi itu kan dan kita udah jalan jadi jurnal SDM nya sudah jalan mbak. Untuk yang skala besar itu masih belum untuk *reward* kayak gitu. Masih ala kadarnya dulu lah. Soalnya kan media lokal beda sama mungkin yang media nasional

seperti Kompas itu beda atau Bisnis Indonesia nah itu beda. Gitu mbak tapi arah ke sananya tetep ada kok.

**P:** Kalau *punishment*-nya seperti apa pak?

**N:** Komisi itu lebih ke tunjangan ya.

**P:** Maaf bapak, *punishment*.

**N:** Oh *punishment*. *Punishment* ada juga. Ketika kita, kita kan ada aturan yang tidak boleh dilanggar. Misalnya kloning berita itu kan nggak boleh iya kan. Sekarang kan jamannya canggih to mbak, *copy paste* berita itu kan gampang banget kan apalagi banyak media-media yang tidak punya wartawan tapi dia punya berita itu kan lucu. Nah itu kalau pun ada yang ketahuan masalah itu ya tetep ada *punishment* tapi kasusnya di Harjo tidak ada karena kalau pun ada ya kasus-kasus lama yang mungkin ya ada itu karena memang apa namanya sudah paham kalau kayak gitu.

**P:** Oke baik. Lanjut pak, apa saja kendala ketika menerapkan jurnalisme multiplatform?

**N:** Kendalanya lebih ke teknis sih. Mungkin masalah sinyal karena masih ada *brainstorm* gitu loh ketika kirim terutama kirim foto itu agak lama itu aja. Kendalanya lebih ke masalah teknis aja sih. Kendala kedua ya paling yo narasumber yang mungkin masih belum bisa dihubungi padahal butuh cepet beritanya. Jadi ya itu kendala-kendala teknis aja sih.

**P:** Oke baik pak. Tadi bapak tentang sosial media itu diampu oleh tim online ya pak.

**N:** He'eh betul ada tim sendiri itu.

**P:** Jadi keterangan-keterangan yang ditulis di sosial media itu juga dari tim online? Bukan dari reporternya sendiri?

**N:** Iya mbak. Itu bisa jadi si *uploader*-nya, tim onlinenya itu ngambil *angle* dari pemberitaan terus dia yang menarasikan dia kalau itu. Sumber-sumber beritanya tetep wartawan yang di lapangan, sumber beritanya semuanya wartawan di lapangan cuma kan pengolahannya itu lho mbak, pengolahannya itu ada tim online lagi untuk bukan reporternya ngupload sendiri nggak bisa. Bukan reporternya langsung *upload* sendiri di website nggak bisa tidak boleh yang itu hampir berlaku di mana aja itu di Antara juga gitu bukan reporternya yang ngirim ke namanya *newsroom*. Jadi gitu jadi tidak bisa langsung di-*upload* oleh reporter.

**P:** Ini untuk pertanyaan terakhir pak. Menurut bapak, seberapa pentingnya perusahaan media menerapkan konsep jurnalisme multiplatform di era sekarang?

**N:** Sangat penting bagi saya karena kebutuhan, bukan hanya kebutuhan medianya tapi kebutuhan milik pembaca juga begitu, tuntutan dari pembaca. Melahirkan jurnalisme

*multitasking* itu karena memang suasananya udah berbeda dengan jaman 10 tahun lalu atau 20 tahun kan beda. Jadi kita juga istilahnya menyesuaikan dengan kondisi pembaca karena media tanpa pembaca juga tidak ada apa-apanya gitu kan mbak. Jadi menyesuaikan dengan kebutuhan dari pembaca itu sendiri. Selain tutup ancaman sih begitu.

**P:** Mungkin itu saja, apakah ada tambahan dari bapak?

**N:** Iya itu kan temanya, tema utama *njenengan* kan tol Jogja-Bawen ya. Apa yang saya sampaikan kan masih terlalu umum nanti bisa dikondisikan ke KOL tol Jogja-Bawen. Itu aja sih karena yang saya bahas itu kalau hanya membahas tol Jogja-Bawen hampir sama sih. Secara umum kinerja, pola kerja yang kita lakukan itu sama dengan isu-isu pemberitaan lainnya.

**P:** Terima kasih pak atas waktunya dan sudah bersedia saya wawancara.

**N:** Iya, sama-sama Mbak Tika.

## **TRIBUN JOGJA**

### **A. Sigit Widya (News Manager Tribun Jogja)**

**P:** Pertama-tama boleh perkenalkan diri bapak dulu terlebih dahulu.

**N:** Nggih mbak. Nama saya Sigit Widya manajer berita di Tribun Jogja.

**P:** Eee sudah sejak kapan pak, bapak bekerja di Tribun Jogja?

**N:** Di Tribun Jogja ya.

**P:** Iya.

**N:** Di Tribun Jogja sejak belum ada karyawan. Oktober 2010 saya di sini. Oktober 2010 wah perjalanannya rumit mbak kalau saya pikir. Saya sebelumnya di Jakarta. Saya mengawali karir wartawan di Jakarta. Sampai terakhir saya di Jakarta itu di harian Kontan. Tau nggak harian Kontan? Harian Kontan itu adalah koran ekonominya Kompas. Kalau harian umumnya Kompas, koran ekonominya harian Kontan. Sampai 2010 buka Tribun Jogja saya pulang karena saya orang Sleman. Saya pulang, kantor ini masih beberes sebelum ada karyawan, baru segelintir karyawan. Beberes, persiapan terus pelatihan Jogja termasuk pelatihan terlama karena waktu itu kebetulan kita punya laboratorium alam yang diberi oleh pihak erupsi Merapi waktu itu. Kita rekrut sekitar, kami ada sekitar 40 sekian orang baru di redaksi baik level editor maupun reporter. Pelatihan ternyata erupsi. Oke. Itu menjadi laboratorium alam kita buat pelatihan di sana. Sampai empat, sampai lima bulan lah. Kemudian 11 April 2011 terbitlah di sini. Saya nggak lama di sini. Saya cuma dua tahun. Saya disuruh Jakarta bikin koran Tribun Jateng

di Semarang. Saya ke Semarang awal 2013. Membikin Tribun Jateng dari yang dulu namanya Warta Jateng. Jadi koran Kompas Gramedia punya koran Warta Jateng di Semarang tapi nggak sukses. Kemudian dimasukkanlah ke Tribun. Tribun kan Kompas Gramedia koran *pokoke*. Warta Jateng diubah, diganti jadi Tribun Jateng. Saya lima tahun di sana baru balik lagi kesini akhir 2017 sampai sekarang. Gitu. Jadi kalau diiniin ya nggak bisa karena kita jaringannya ada 52, jaringan Tribun se-Indonesia. Pindah pindah mbak. Nanti kesini cabut lagi, sana ada yang kurang ada yang enggak. Ada yang kurang pergi lagi yaudah. Kalau di Jogja 2010 Oktober terus 2013 awal pergi lagi baru 2017 lagi kesini lagi saya. Gitu. Kalau karir awal di Jakarta saya. Mengawali sejak 2004 saya di Jakarta.

**P:** Oke. Pertanyaan selanjutnya bapak. Eee ini udah mulai masuk ke multiplatform. Jadi apakah bapak setuju dengan pendapat semakin lama surat kabar konvensional tu semakin sedikit pembacanya?

**N:** Iya. Eee jadi begini. Mau nggak mau suka tidak suka harus dihadapi memang. Orang, bahasa kerennya disrupsi ya. Iya kan, disrupsi digital. Tapi apakah koran itu akan hilang? Kami sendiri terutama wartawan pada umumnya yang punya DNA cetak saya kan termasuk orang DNA cetak sebenarnya. Saya kalo dibilang itu adalah *digital immigrant*. Kenapa *digital immigrant*? Karena saya bukan generasi digital, saya generasi cetak yang harus bermigrasi ke digital. Sementara yang temen-temen dari ini yang ada di tadi di situ itu adalah *digital native*. Orang yang ceprot itu memang eranya dia digital. Kalau saya orang DNA cetak yang harus bermigrasi, beradaptasi ke digital. Masalahnya begini, cetak itu memakan waktu. Cetak turun terus tapi pada titik tertentu dia akan stabil. Dia akan stabil di angka itu. Kita mengalami itu di seluruh jaringan Tribun. Di angka ini, tek dia tidak turun tidak naik. Dulu kita setiap tahun ada program meningkatkan oplah. Tapi sejak belakangan berapa tahun terkahir kita mempertahankan oplah. Tribun juga sudah sejak 2015 itu tau, Kompas Gramedia terutama bahwa cetak nanti tidak akan berkembang. Kita tidak menyalahi tapi tidak akan berkembang. Buktinya apa? Tribun stop cetak hanya sejak mulai Tribun Bali. Tribun Bali ki 2015/2014. Setelahnya Tribun tidak lagi membikin Tribun baru yang edisi cetak. Langsung digital semua. Jadi kita yang cetak itu sekitar ada 25/26 lah Tribun. Tapi dia pun multiplatform. Cetaknya ada digitalnya ada. Nah kita berpemikiran ke depan itu cetak hanya akan menjadi eksklusif. Satu daerah satu *brand* dan kita sudah punya tekad bahwa kita punya *tagline* Tribun harus menjadi *the last standing newspaper* di setiap daerah. Apa kuncinya? Ya banyak. Inovasi. Kita harus kreatif. Bangun tidur kita harus punya apa lagi yang harus dilakukan. Tapi kita juga tidak

ngefek dengan disrupsi digital karena kita berjalan juga di digital. Di Jogja boleh dicek karena digital nggak bisa ditipu ya. Bisa dicek di alexa.com, Comscore ada di lain-lain. Kalau Tribun ya nomer satu *hot news portal* di Indonesia. Tribunnews itu induk dari semua domain ada Tribun Jogja, Tribun Jateng segala macem. Tribun Jogja di sini juga udah nggak ada yang ngalahin. Itu bisa dicek ini ya jadi kita tidak ngalami juga meskipun pertumbuhan digital itu dari sisi *revenue* belum bisa mengalahkan. Unik. Jadi ada kelumitan di sini. Cetak turun. Digital orang bilang naik ya. Tapi duit nggak ada di digital. Duit masih dari cetak paling gede. Kenapa? Kok mereka masih suka cetak. *Legitimate* media dicetak buat pemerintah. Dia menganggap online masih belum ini ya. Jogja pelan-pelan sudah mulai percaya tapi belum bisa dijual. *Pure* digital itu berdasarkan kita menyembah kepada Google. Apa mesin Google mau kita turutin makanya nuwun sewu kalau baca berita di portal itu kacau beritanya, strukturnya kacau. Judulnya aja wa bertele-tele, penyebutan yang banyak sekali, diulang-ulangi di paragraf awal tulisan. Kenapa? Karena kita melayani Google. Kita tu tau, justru kita karena bisa nulis orang bilang itu. Ini Google-nya nggak bisa nulis ni, editornya masa tulisannya kayak gini. Justru itu karena kita bisa nulis. Kita bisa nulis yang bagus tapi Google nggak mau itu karena kita masih hidup dengan Google bukan dengan pemikiran. Makanya tulisan bertele-tele karena algoritma yang dimiliki Google seperti itu. Nanti Google yang akan mencari pembaca buat kita tapi pelan-pelan algoritma Google mulai sempurna. Dia mendekati pemikiran manusia seperti asli dia. Maka pakai *Artificial Intelligence* yang AI kecerdasan buatan. Apa yang dibalik pembaca itu ya berita yang kita ingin sekarang dan satu tema berita kita setiap hari harus untuk digital itu unik. Ini jurnalisme saya sih sebagai orang DNA cetak jurnalisme gendeng. Berita yang rame berita soal apa, sinopsis Ikatan Cinta. Itu yang baca satu sinopsis itu woh ribuan dalam hitungan menit. Tau ribuan dalam hitungan sekian menit kita bikin lagi susulannya. Ikatan Cinta lagi. Duh sing baca banyak lagi. Saling susul. Jadi sehari itu tulisan soal Ikatan Cinta ada 10-15 tulisan. Itu kita meraup berapa hit dari pembaca. Kita meraih berapa *sharing revenue* dari Google. Tapi di cetak tidak ada kayak gitu karena ya itu sudah beda, harus dibedakan. Di sini, di Tribun Jogja kita sudah punya dua. Di bawah manajer itu ada dua, manajer digital dan manajer produksi. Manajer produksi *pure* ngurusin cetak dengan karakter orang yang idealis cetak yang satu manajer digital. Digital yaudah semau dia. Mayoritas masukannya di kantong untuk bikin konten kreatif tapi kita tidak bisa juga untuk khusus *case* Tribun Jogja, kita tidak mau main ugul-ugalan. Kita dulu berpikir, kita investasi lah jangka panjang dan kita berada di kota pelajar, kota mahasiswa, kota intelektual, banyak intelektual. Kalau kita

bermain ugal-ugalan seperti portal-portal lain bisa jadi malah anomali, bunuh diri buat kita, nggak dibaca. Kita tetep konsisten dengan *news is news* dan menurut kami *good news is good news*. Dulu orang bilang, kok asik yo *bad news is good news*. Orang digigit anjing biasa yang nggak biasa itu manusia gigit anjing muatannya sekarang banyak tapi dah mateng itu jadinya. Jurnalisme sekarang bagi kami di sini tu *good news is good news* bagi orang kalau beritanya jelek kita buta, bukan berarti kita nutupin yang jelek tapi ini lho jelek. Terus kita mengakomodasi oh ini tak masukkan dari banyak pihak. Dulu orang bilang *cover both sides* sekarang nggak cukup, *cover multi sides*. Mengakomodasi yang banyak, satu prinsip apa. Terus sekarang berita dulu menghindari berita yang promo. Berita promo tu orang dihindari. Loh sekarang kita tu meladeni pembaca. Ya beri yang bermanfaat. Contoh begini, dulu kalau kita baca berita ekonomi sori saya sebut merk misalkan BCA. Laba BCA naik 100 persen di kuartal pertama 2021 gitu. Judulnya begitu. Buat mbak misalnya baca. Manfaatnya apa buat mbak? Laba BCA naik 100 persen di kuartal pertama 2021. Manfaatnya apa? Apakah mbak akan mendapat bagian laba dari BCA sebagai pembaca? Enggak kan. Enggak. Itu kita hilangkan. Repoter, wartawan di lapangan tetap kita suruh datang kesana tapi dia harus bertanya yang lebih progresif. Nanyanya gimana? Kan masih ada kuartal 2021, kalau kuartal 2021 targetnya gimana pak? Termasuk. Oh labanya naik lagi mas, kredit naik, kredit macet turun, dana pihak ketiga naik. Oke pak kreditnya naik. Terus bapak sudah mengeluarkan program apa harus ada inovasi ya. Ada mas namanya kredit tanpa angsuran. Itu yang kita angkat. BCA tawarkan kredit tanpa angsuran. Orang baca semua. Kredit kok tanpa nyicil, angsuran. Iki utang model opo iki? Nah itulah, BCA dapet *impact*-nya, besok BCA di setiap cabang-cabang BCA penuh dengan konsumen dari masyarakat. Ada simbiosis mutualisme di situ. Tidak hanya satu pihak. Kita kalau nyebut berita yang kayak tadi misalkan laba naik gini itu hanya numpang ganteng kalau saya sebut. Nunut ganteng. Terus njuk ngopo laba kan nggak ada manfaatnya buat kita. Kita harus ngasih yang ada manfaatnya. Atau misalkan THR PNS tahun ini cair full gitu misalnya. Nah di situ kita terangkan apa saja ininya, nanti cairnya kapan, ininya bagaimana kira-kira. Berita yang menggembirakan. Kalau berita yang konfliknya tinggi, problematik kalau tidak *urgent* kita menghindari terutama berita-berita yang SARA-nya tinggi. Kita menghindari berita yang SARA-nya tinggi. Kalau sebisa mungkin itu tidak *urgent* ngapain, kita nggak mau makai. Nuwun sewu kita pingin membangun yang eee iklim masyarakat yang guyub, yang damai, yang sejuk, yang enak gitu lho. Berita terkait ini lho hampir di Tribun Jogja mungkin bisa di... paling adapun bocor 1-2 berita selebihnya enggak. Nggak seperti media lain yang menjadikan



itu sebagai, kita nggak. Gitu mbak. Jadi inti multiplatform, inti bahwa cetak turun, digital iya seperti itu tapi faktanya *revenue* masih cetak sampai sekarang. Apalagi pandemi. Pandemi itu duit ada dimana sih. Pemerintah yang punya duit. Swasta begini semua mbak. Swasta semuanya terkapar. Kita media hidup dari mana. Kalau kita njagain swasta itu terkapar mbak. Pemerintah yang punya duit. Duitnya *saved* ya. Dengan apa program sosial. Tentu kita tidak melulu berpikir untuk itu. Menurut saya pandemi ini *blessing in disguise*. Bahasa kerennya gitu ya. *Blessing in disguise* itu sepertinya kita bekerja, hidup bermasyarakat dan lain-lain ya dengan kondisi seperti pandemi ini. Kerja ya harus seperti ini karena kita setiap hari harus berpikir. Tidak ada pandemi kita semakin terlena kalau menurut kami sih apalagi di media. Udah lah ngapain nanti juga datang sendiri, kita nggak punya target kita harus gimana harus gimana. Gitu mbak.

**P:** Oke pak lanjut ke pertanyaan selanjutnya. Bagaimana tanggapan bapak mengenai konvergensi media?

**N:** Konvergensi itu yang bagaimana? Cetak dan online.

**P:** Iya betul.

**N:** Ya seperti tadi yang sudah saya terangkan. Cetak dan online itu jadi kita punya prinsip *one product many distribute* mbak. *One product many distribute* itu bagaimana? Reporter menghadiri suatu acara, reporter di Tribun Jogja itu wajib untuk bikin berita *real time* jadi misalkan nuwun sewu berita Sultan untuk meresmikan, dung sudah saya resmikan ini ini ini, hitungan menit dia udah ngirim berita, udah nongol di [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com). Dia bekerja ala digital, ala *real time*. Videonya juga ada, fotonya juga ada. Kadang wartawan nanya. Mas saya harus foto? Saya harus video? Gimana bisa saya karena saya harus kerja cepat. Menurut kamu lebih mungkin mana memfotokan video atau memvideokan foto? Dengan kualitas perangkat yang sekarang video sudah bisa di *capture* untuk jadi foto dengan kualitas yang oke. Foto peresmian kan nggak penting-penting amat. Jadi foto kadang kita *capture* dari hasil videonya. Dia bekerja itu. Nah semua wartawan di lapangan bekerja ala digital. Bagaimana dengan kebutuhan cetak? Bekerja ala digital itu bukan berarti tidak bisa dipakai cetak karena isu dilalui terus sama dia. Di digital itu konfirmasi itu bisa nanti menyusul kita tulis *disclaimer* di bawahnya. Taruh misalkan kasus, maaf kasus perkosaan misalnya. Kasus perkosaan artis A lapor ke polisi bahwa dia diperkosa oleh aktor B. Dia lapor. Online udah naik teng. Kok kamu nggak konfirmasi sama aktornya. Nanti. Ini berita awalan dulu. Di bawah saya tulis *disclaimer* [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com) sedang berupaya untuk menghubungi aktor B atau manajernya atau ininya tapi kita juga harus berusaha terus. Ini klarifikasi dari aktor B. *Statement* dari polisinya. *Statement* dari pihak

keluarganya kalau misalkan seperti itu. Cetak, kebutuhan cetak gimana? Menjahit bahan yang tercecer-cecer itu jadiin satu. Ini bawang merah bawang putihnya, ini sayurnya, ini saya masak jadiin satu, jadilah masakan dicetak itu. Bahasanya gitu. Gitu mbak modelnya. Jadi konvergensi ya saling melengkapi. Terus bagaimana untuk bisa maksimal? Untuk editor di cetak kita wajibkan untuk membikin *teaser* setelah dia selesai mengedit halaman. Bikin *teaser* minimal dua. Ambillah *teaser* dari HL-mu. *Teaser*-nya seperti ini. Berita terkait penemuan kerangka manusia di lereng Merapi gini gini gini. Untuk lebih lengkapnya baca Tribun Jogja cetak edisi besok gitu. Terus di cetak versi cetaknya dikasih ada tulisannya. Ingin ikuti perkembangan soal kasus penemuan kerangka manusia di lereng Merapi? Klik [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com). Jadi dia bisa mendapatkan yang terbaru yang tidak ada di cetak keluar tadi pagi. Saling silang. Terus kita misalkan juga ada wawancara eksklusif. Wawancara eksklusif itu misalkan berdasarkan isu teraktual. Contohnya begini. Sultan habis divaksin kemarin. Sultan habis divaksin terus Tribun punya kesempatan wawancara sama Sultan. Gimana Sultan? Oh nggak papa rasanya saya nggak ada efeknya kok. Saya gini gini, masyarakat nggak perlu takut. Jadi ini biar aman, biar semuanya sudah eee terlindung oleh vaksin, ekonomi pulih lagi, kita menggeliat lagi habis itu kita kembali seperti dulu gini tanya jawab lah. Di video gitu. Videonya ada, di digital online tayang, di cetak halaman satu ada wawancara eksklusif ada toknya oh wawancara eksklusif bersama Sri Sultan judulnya soal vaksin. Jadi *one product many distribute*, didistribusikan di banyak kanal. Bisa juga itu digarap oleh bukan temen redaksi, temen promosi. Apa kita di media itu ada departemen bisnis dan departemen redaksi. Bisnis itu meliputi apa saja? Ada marketing, temen-temen yang nyari iklan. Ada promosi. Promosi itu sekarang ngurusin EO juga di situ. Ada sirkulasi yang ngurusin koran, peredaran koran. Ada keuangan, ada macem-macem. HRD ada segala macem. Nah biasanya temen promosi itu aku dapet klien gede nih acara kemarin kita Desember 2019 itu kita punya event namanya PRURide. Itu event internasional, eventnya Prudential. Event itu kita nyebar juga wartawan untuk membikin berita-beritanya. Jadi ada eventnya, foto-fotonya *running* terus dan beritanya *running* terus di digital besok muncul juga di halaman khusus di cetak gitu. Modelnya gitu. Jadi satu tim nggak bisa diri sendiri semuanya harus satu kesatuan.

**P:** Lanjut pertanyaannya ya bapak. Sejak kapan sih Tribun Jogja itu menerapkan konsep multiplatform dan platform yang digunakan itu apakah hanya cetak dan online website sama media sosial atau ada yang lain yang digunakan?

**N:** Yang lain tu apa maksudnya?

**P:** Misal radio atau TV digital seperti itu.

**N:** Gini mbak. Tribun itu ceptot berdiri saya sebut tadi sudah menjelaskan dari tadi. Cetak ada 26 dari 50 total 52 Tribun se-Indonesia dari Aceh sampai Papua yang cetak itu sejak ceptot sudah ada dua, cetak dan digital. Sejak ceptot awal itu bahkan sejak cetak belum ada digitalnya sudah ada karena cetak persiapannya kan lama mbak. Nyiapin orang yang *layout*, nyeting mesin. Nunggu mesinnya itu kita beli mesin dari perusahaan koran yang tutup di Amerika. Jadi Indonesia ini termasuk telat. Ketika Amerika di Amerika sana koran-koran udah pada tutup, Indonesia masih jaya. Nah mesin-mesinnya di sana masih bagus, masih mesin-mesin baru. Kita beli mesin itu, kita bawa kesini termasuk mesin Tribun Jogja. Kita punya percetakan sendiri di Nogotirto, di Ringroad Demakijo. Kita punya tiga mesin di sana. Kita beli dari koran Amerika. Mesin masih baru, harganya murah banget karena mereka udah ngapain, tutup kok di sini koran udah nggak laku. Meskipun masih ada koran itu yang saya bilang tadi. Koran akan menjadi eksklusif di setiap daerah. Di Amerika pun masih ada koran tapi koran yang tidak terkalahkan udah. Pembacanya ya semua bacanya koran itu, koran yang lain nggak dibeli orang. Itu mesin kita beli di sini karena persiapannya lama digital kita punya dulu karena kita harus punya kanal dulu buat menyalurkan berita. Kita harus unjuk eksis dulu juga begitu. Nah baru setelah nanti cetak siap kita kampanye bareng. Der. Dulu di Tribun Jogja, nggak cuma Tribun Jogja. Kultur di Tribun itu begitu terbit pertama itu kita jualan koran di lampu merah. Yang jualan siapa? Walikota ikut jualan, orang muda ikut jualan, cewek-cewek cantik kita nyewa berapa ratus cewek-cewek ya buat *gimmick-gimmick* aja tapi mereka juga, kepala Telkomsel, kepala BI ikut jualan di pinggir jalan. Meskipun ironisnya anak kecil jualan. Itu salah siapa? Salah agen, kita nggak ada urusan sama yang jualan ecer gitu nggak ada. Urusan kita sama agen. Agen dateng kesini, aku mau ambil koran di Tribun Jogja. Berapa kamu butuhnyanya? Aku butuhnyanya sekian ribu setiap hari. Dia ngambil dari Tribun, taruh lima ribu lah. Udah beli. Urusan dia sama agen aja. Agen lalu mempekerjakan ni ibu-ibu tua ni kamu jualan, anak kecil kamu jualan. Saya di Jateng debat sama dingsos juga sama itu. Nggak ada pak kita urusan sama itu. Kita urusannya sama agen. Kalau mau nganu urusannya sama agen nanti njenengan. Kita nggak pernah dan kita punya hati nurani lah. Nggak mungkin lah kita mempekerjakan anak kecil untuk keuntungan kita. Masa saya santai-santai di sini lha kok nunggu gajian yang kerja anak kecil nggak mungkin. Itu kejahatan agen itu, agen-agen koran. Kayak kayak gitu. Itu saya beberapa kali. Dingsos, satpol PP ya akhirnya mereka nggak bisa ngapa-ngapain juga.

Mengaku juga. Mas saya tu diiniin saya LSM teruse. Ya monggo kita nggak ada urusan sama LSM. Gitu mbak. Apa lagi?

**P:** Lanjut ke manajemen redaksional ya bapak. Kan penelitian saya tentang liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Yogyakarta. Ini mulai di perencanaan saya mau tanya bagaimana rutinitas produksi berita dalam liputan tersebut? Apakah menerapkan prinsip manajemen redaksional POAC tersebut?

**N:** POAC tu apa mbak?

**P:** POAC itu kalau di bahasa Indonesiakan ya pak, ada perencanaan terus pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

**N:** Oke mbak. Sebenarnya saya, sebelumnya saya pingin kita belajar bersama-sama ya mbak dan mungkin kalo Tribun masih keliru itu harap maklum. Kita nyebut ini DIY ya. Saya nggak mau nyebut Yogyakarta karena Yogyakarta tu biar punya Kota Yogyakarta karena ada Sleman, ada Kulonprogo, ada Bantul, ada Gunungkidul. Itu adalah bagian dari DIY. Jadi nyebut tol Jogja-Solo-Bawen di Yogyakarta nggak dilewati yang dilewati Sleman semua. DIY nyebutnya DIY aja, jangan Yogyakarta ya. Yogyakarta tu Kota Yogyakarta. Apalagi tolnya lagi pakai Jogjakarta itu ejaan lama. J dibaca Y. J dulu dj ya, rokok Djarum. DIY gitu aja. DIY ada empat kabupaten satu kota. Nah kita bekerja dengan cara ya pasti caranya standar, tapi di era pandemi ini kita jadi caranya segala cara karena harus mengurangi pertemuan langsung. Begitu. Kita itu kalau tidak punya hubungan baik dengan narasumber di era pandemi gini agak susah-susah juga karena narasumber itu nggak semua gampang dan kita harus bekerja dengan waktu apalagi di era digital. Berita harus tayang *real time*, menit per menit. Untuk cetak besok udah harus ada beritanya. *By phone*. Apalagi itu dibuatkan proyek strategis nasional. Itu masuknya ke SN, proyek strategis nasional. Satker dipegang langsung oleh sana oleh pusat. Ada per proyek ada satker to mbak, satuan kerjanya yang memegang siapa. Tol Bawen-Jogja satkernya sendiri, tol Solo-Jogja satkernya sendiri. Jadi ada dua. Terus di bawah Dispartaru di sini yang ngurusin soal nganu lahan ya. Terus banyak lagi eee ini yaitu kerjanya ketika ada sosialisasi eee soal nyebutnya sih mereka ganti untung karena yang diganti angkanya nggak bikin masyarakat rugi katanya gitu nah makanya jadi ganti untung. Itu kita temui di situ kalau memang ada pertemuan fisik kita datang kesana untuk wawancara, untuk mengulik tentang itu. Tentu kalau hal-hal yang terkait masyarakat kita nggak bisa *by phone* kan. Di Tribun itu menerapkan prinsip jurnalistik berita yang deskriptif. Deskriptif tidak akan bisa menjadi sebuah tulisan yang bagus, berita yang bagus kalau dia tidak pengamatan langsung di lapangan. Artinya dia harus kesana.

Pertama, harus bikin tulisan dari warga yang terdampak tol. Itu otomatis kita harus ke lapangan, mengakomodasi mereka. Di situ ada cerita-cerita unik dari mereka. Kayak hari ini, ada yang di Klaten itu. Mereka menunggu uang ganti untungnya turun karena dia berencana makai itu buat naik haji. Di Purwomartani, di kantor desa itu, itu unik. Di sana ada *dealer-dealer*, orang-orang *dealer*, *sales*, dealer-dealer mobil. Itu ketika pembagian uang ganti untung mobilnya dipajangin tuh di sana. Iya ada di situ. Ketika ganti untungnya nggak ini, titipin brosurnya ke orang-orang kelurahan, kantor desa itu di sana. Dititipin. Jadi model kayak yang di ini lho proyek Pertamina Tuban tu lho. Banyak yang orang berbondong-bondong beli. Nah itu kayak gitu. Mereka diberondong oleh *sales* mobil, *sales* properti, asuransi bahkan eee apa saham. Orang-orang yang jualan-jualan saham, Forex dan segala macamnya di situ karena tau kan ni orang-orang dan nuwun sewu mayoritas kan agak kurang modern juga gitu lho. Yang kasus di Kulonprogo, proyek bandara itu ada yang rugi, duitnya ilang sekian M karena tergiur oleh saham. Dia baru daftar aja dah dapet Scoopy. Dibeliin Scoopy sama orang ininya. Padahal ni baru ini dah dapet Scoopy. Ini lagi ni dah dapet ni keuntunganmu 200 juta ya duit yang dia tanem juga. Ini eee dah dapet apa, ilang nggak ada. Rugi sekian berapa M ya cuma dapet Mio, 200 juta awal sama apa to. Di utak-utik lagi ilang duitnya. Kayak kayak gitu. Nah tentu kita harus ke lapangan kayak gitu mbak. Apalagi ada yang rumah itu kenanya rumah atau lahan yang kenanya cuma gini, kena tolnya gini. Sininya nggak, sini nggak yang kehitung *appraisal*-nya cuma segini tapi yang punya tanah menuntut *njuk aku lemahe ki nggo ngopo* yang sini sama sini masukin sekalian dong. Nah yang kayak kayak gitu. Ini kayak otomatis harus ada pembahasan lagi dengan satker, dengan Dispertaru DIY soalnya. Ada juga yang eee cuma kena semeter depannya. Macem-macam kejadiannya. Nah itu. Terus kalau yang satker otomatis kita nelpon, kerjanya kerja nelpon. Dispertaru Pak Krido, yo kalau pas ketemu, ketemu kalau nggak *by phone*. Nelpon nggak gampang. Pak Krido itu termasuk orang yang susah ditelpon, Kepala Dispertaru DIY. Kerjanya ya standar mbak ya kayak gitu modelnya. Jadi harus yang butuh ke lapangan harus ke lapangan, yang konfirmasi satker karena dia ada di Jakarta kan nggak mungkin juga ya *by phone*. Sekarang gila kok mbak, maaf ya. Jurnalistik sekarang tu dipermudah. WA bisa, apa-apa bisa gitu. Jaman saya dulu, saya itu *handphone* pun masih awal 2000-an tu *handphone* ya udah ada tapi untuk kerja jurnalistik kan agak-agak ini juga. Pulsa masih mahal, komputer masih pakai disket, ya sudah ada yang beberapa sudah *flashdisk*. Ngontak narsum ya harus ketemu, *doorstop* harus ketemu menteri saya nungguin sampai berjam-jam karena harus dapet *statement* menteri langsung atau menteri punya agenda yang tidak ada

hubungannya dengan isu yang mau saya garap. Nggak masalah yang penting saya bisa dapat *statement* dia. Saya tungguin begitu. Kalau sekarang enggak, bisa WA tapi kadang itu disalahgunakan oleh wartawannya. *Search* di Google ada berita yang sama dia nggak mau susah-susah *copy paste*. *Copy paste* dikirim di milis perusahaan medianya dia tapi kepada siapa kadang nggak diilangin. Misalnya dia ngambil dari Tribun Jogja, ujar ini kepada Tribun Jogja padahal dia wartawan koran X itu, ketahuan kan *copy paste*. Saya karena pernah nemuin banyak itu di Tribun Jateng. Wartawan saya. Udah gitu dengan pedenya dia ngirim lagi ke milis. Revisi gitu. Saya panggil, kamu revisi ngilangin ini kan Radar Semarang. Kamu ngambil dari beritanya Radar. Ujarnya kepada Radar Semarang. Diambil kirim ke milis tim. Kita kan baca semua. Terus dia kirim, revisi berita ini cuma dihilangi Radar Semarangnya karena dia teledor. Ya itu kadang hal-hal yang sebenarnya serba mudah tapi dimanfaatkan salah.

**P:** Lanjut ya pak ya.

**N:** Monggo.

**P:** Terus siapa saja sih yang ikut dalam rapat redaksi pada tahap perencanaan ini dan apa saja yang dibahas dalam ruang redaksi, di internalnya.

**N:** Jadi di koran itu ada dua, *listing* dan *budgeting*. Di Tribun Jogja saya menerapkan prinsip untuk terkait pembahasan isu dan apa itu saya tidak membatasi. Kami tidak mengenal kasta jabatan. Kita sama-sama punya NIK yang artinya kita sama-sama karyawan. Mau level terbawah sama atas. Saya selalu ngomong itu ke temen-temen. Jadi dalam urusan garis komando kerja kamu memang bawahanku tapi bukan berarti terus aku bisa semena-mena sama kamu. Kita di luar ya kamu boleh ngejekin aku, aku ngejekin kamu biasa artinya kita sama-sama karyawan. Dalam rapat itu kita tidak menerapkan ini harus jabatan ini. Ketika saya kembali lagi ke Tribun Jogja kebetulan saya bareng dengan temen saya juga yang dari Tribun Manado ke sini. Semua usulan bisa dari mana saja bahkan dari temen di bisnis. Meskipun usulan ya itu. Nah pada perjalanannya nanti akan ada pembahasan di ruang rapat yang bertemu fisik. Nah itu levelnya redaktur ke atas. Kadang kita mendiskusikan isu dulu di secara virtual, ada grup WA. Ada grup di situ. Banyak masukan, ini usul, saling silang. Nah kemudian kita matangkan lagi secara fisik di ruang rapat minimal redaktur. Sebenarnya reporter pun boleh kalau mau ikut karena sehebat-hebatnya orang di kantor lebih hebat orang yang di lapangan. Kita hanya menang jam terbang tapi yang mengawal setiap hari di lapangan kan temen-temen di lapangan sebenarnya. Nah kita tidak boleh juga menyepelekan mereka karena masukan dari mereka itu malah lebih A1 kan. Kayak gitu mbak. Itu di rapat terus di *listing* dulu, ada *listing* apa.



Per wartawan itu di-*listing*. Wartawan itu sehari di Tribun Jogja target enam berita *real time* per hari, tiga tema. Nggak boleh satu tema dibagi enam nggak boleh. Dia harus ngirim enam tapi tiga mbak. Tiga isu minimal. Harus ngirim *feature* satu, harus ngirim foto dua minimal. Dua tema. Harus video satu. Nah mereka dari enam berita per hari tu tiga tema reporter tu ditanyain setiap hari. Kamu harus punya tiga tema apa rencana liputanmu hari ini. Kita tu nggak mau tau kamu ditanyain nggak tau karena kamu harus mulai ke lapangan sekarang nyari isu. Kamu harus punya TOR. Jadi saya dulu ketika mengawali di dunia jurnalis itu mimpi buruk saya ketika saya bangun tidur. Saya tidak pernah bermimpi buruk ketika tidur. Ketika saya bangun baru mimpi buruk itu datang. Apalagi masih baru dulu udah ditodong apa kamu harus punya apa tapi sekarang kita egaliter sih tidak menerapkan fisik tapi wajib tiga tema itu kamu harus punya, kamu mau kemana saja karena dari bahan itu kadang kita bisa mendapat lahan isu. Tapi menjadi tugas saya pribadi juga untuk menentukan isu apa buat besok tanpa tergantung dengan teman-teman reporter. Tapi bisa jadi isu yang saya rancang, saya patahkan di jalan karena ada isu reporter yang lebih bagus untuk dikembangkan. Wah dah bagus ni, kembangkan dah. Stop. Ini, kadang bukan tanggung jawab wartawan yang bersangkutan aja. Wartawan olahraga garap bantu isu ini padahal itu isu kriminal sebenarnya, wartawan ekonomi. Di Tribun itu *desk* hanyalah rumah tapi dia harus *all around*, bisa mengerjakan semua harus bisa liputan semua. Jadi misalkan wartawan A, B, C itu di *desk*-nya beda-beda itu hanyalah rumah dia sebenarnya. Ketika ada peristiwa yang itu levelnya besar kayak setahun lalu susur sungai di Turi itu, wartawan lifestyle yang biasanya liputan makan-makan liputan kesana harus bisa kamu. Keroyokan akhirnya berita kita komprehensif, banyak banget dan tidak akan terkejar oleh koran lain. Gitu.

**P:** Berarti ini ya pak kalau yang di masa sekarang itu diharuskan nggak sih misalnya WFO gitu apa rapatnya itu bener-bener semua WFH?

**N:** Awal-awal pandemi memang kita agak membatasi ya tapi saya pribadi saya nggak pernah WFH. Saya selalu berangkat kerja di kantor. Tapi temen-temen yang digital WFH nggak WFH karena mereka bisa WFH gitu. Editor terutama ya. Upload berita dari reporter itu bisa dari rumah. Kalau cetak nggak mungkin karena dia harus bersinggungan dengan temen-temen tata wajah, temen-temen yang garap grafis. Nggak bisa. Disini sih sekarang sudah menerapkan tidak lagi ada WFH kayak gini nggak ada ya kerja lagi seperti sedia kala apalagi kita sudah vaksin tapi di Tribun Jogja udah vaksin. Ya terlepas dari berkhasiat atau tidak setidaknya itu kita pede. Gitu lo. Divaksin tu jadi pede. Kadang pede itu juga membikin imunnya jadi ini ya. Gitu. Kita udah nggak ada WFH, nggak ada.

Makanya kita udah nerima orang datang kesini monggo silahkan. Dulu awal-awal kita nggak. Zoom aja lah. Sekarang udah enggak.

**P:** Oke lanjut pak eee balik lagi ke liputan isu tadi. Saya mau tanya penentuan *angle* berita mengenai isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Tribun Jogja tu seperti apa? Penentuan *angle*-nya.

**N:** Penentuan *angle*-nya. Jadi Tribun itu punya ini yang menarik, berita itu yang menarik. Misalkan begini. Pernah tau buku tetralogi SBY nggak karyanya Wisnu. Inu wartawan Kompas dulu kepala biro, wakil kepala biro Jogja sekarang pemrednya kompas.com. Inu itu wartawan istana. Wartawan yang ngepos di Istana Kepresidenan eranya SBY awal, periode awal. Liputan di istana itu bete. Saya pernah jadi wartawan istana. Kita nggak bisa apa-apa karena semuanya satu pintu, konferensi pers atau lewat jubir. Kadang kita mau kreatif nggak bisa. Mau ini nggak bisa kita harus kreatif. Nah, Inu itu mengumpulkan remah-remah selama dia ditugaskan menjadi wartawan istana dan remah-remah itu dibikin jadi sebuah buku. Dia mengumpulkan cuil-cuil apa jadi dia misalkan SBY memanggil kabinet menteri-menteri kabinetnya dia untuk rapat terbatas. Rapatnya kali ini di lesehan gitu. Menterinya harus lepas-lepas sepatu, alas kaki. Terus dia lihat menteri ini sama ini gandengan. Itu dibikinkan *story*-nya. Terus sepatunya ini dijejer. Oh merknya ini, itu kalau dinganu harga *semene*. *Iki jejer piro*, yang ini yang nggak gitu mahal aja milih taruh di atas. Ya kayak kayak gitu. Jadi hal-hal yang jujur tapi orang suka. Berita dibalik berita, kisah. Kayak misalkan eee tragedi susur sungai kenapa kita melibatkan banyak SDM di sana karena kita pengen mencari berita dibalik beritanya. Kalau beritanya *sesok podo* mbak. Kalau kita jualan begitu *podo* kita bertarung di zona merah yang lho terus aku *nek moco* mediamu tu bedanya apa *wong* di media lain juga sama. Kita harus menyajikan sesuatu yang berbeda di balik itu. Oh ternyata orangtuanya salah satu korban yang putri namanya siapa itu eee sudah berencana memberikan dia sepatu. *Story*-nya kayak kayak gitu dan itu tidak digarap oleh media lain. Itu menjadi ciri khas kita. Kita tampilkan juga di cetak. Kalau yang lain nggak, paling eee sekian siswa tewas tragedi susur sungai, dah gitu kalau kita enggak. Ayah ini belum sempat belikan sepatu atau nama ayahnya siapa belum sempat belikan sepatu untuk ini. Namanya. Jadi dari *lead* awal itu kita bercerita tentang kisahnya. Dramanya kita mainkan di situ. Menggali *story* dari para keluarga korban dari mereka. Kayak kayak gitu mbak. Di tol pun kayak gitu juga kita jadi nggak cuma ooo berita tol ini... enggak. Jadi kayak hari ini ada berapa makam yang kena tol Jogja-Solo. Yang di Sleman di Bayen kena satu. Bayen itu terus kita tarik lagi. Makam di Bayen itu ada berapa jenazah di situ. Ada 300. Oh berarti 300 jenazah kan diangkut

dipindahkan ke tempat lain. Pakai sampai itung-itungan. Kita tu kadang ikut sampai ngitung, nyiapin kalkulator komputer gitu karena dihitung. Nggak cuma apa yang ada di situ lho. Kita mainkan sampai terakhir. Baru berita umumnya di bawah, piramida terbalik kalau orang dulu kan bilanganya kalau sekarang dibalik. Jadi kalau motong berita tu tinggal potong. Misalkan beritanya kebanyakan ni harus potong gimana. Potong aja sesukamu tu yang di bawah karena semakin ke bawah semakin nggak penting. Di Tribun gitu. Semakin ke bawah semakin nggak penting. Potong aja yang di bawah yang mau dipotong seberapa. Gitu mbak.

**P:** Oke lanjut bapak. Fasilitas apa saja yang disiapkan oleh kantor maupun individu dalam melakukan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen?

**N:** Apa mbak?

**P:** Fasilitas apa saja yang disiapkan dan apakah reporter itu bertugas untuk platform cetak saja atau sekalian platform online?

**N:** Kayaknya itu sudah saya jawab ya tadi. Reporter bekerja ala digital untuk semuanya. Nanti cetak dan digital tergantung editornya. Editor cetaknya merangkai untuk cetaknya, digital ya digitalnya. Reporter di sini wartawan di Tribun Jogja tidak punya meja, tidak punya kursi, tidak punya komputer sejak awal. Wartawan itu saya sebut sebagai reporter ya lebih spesifiknya dia karena wartawan, pemred pun wartawan. Pemimpin redaksi pun wartawan seperti polisi, kapolri pun polisi. Terus polisi yang mengatur jalan setiap pagi polisi juga cuma bedanya yang sana kapolri itu lantas dengan pangkat tertentu gitu. Kalo di kita wartawan tu dari pemred sampai reporter namanya wartawan. Nah reporter di Tribun Jogja tidak punya meja, tidak punya komputer, tidak punya kursi. Makanya ngepres itu terbatas yang ada di sini itu kalau nggak konten kreator, editor atau editor video atau anak magang itu ada banyak. Banyak anak magang. Nah terus wartawan kerja pakai apa? Setiap wartawan baru di Tribun Jogja itu dibekali gadget. Gadgetnya apa? Menyesuaikan. Masuknya kapan? Masuknya bulan sekarang. Nah bulan sekarang gadget yang tidak mahal-mahal amat, tidak murah-murah amat untuk kerja bagus, untuk video bagus, untuk nganu apa lah. Nah nanti semua dikasih itu. Setelah setahun bisa di hak milik. Kasih pulsa setiap bulan. Makanya mereka harus *real time*. Tung langsung tung langsung tung gitu. Mereka bisa menulis dari mana saja. Dari atas pohon bisa, sambil renang juga bisa sebenarnya, gitu. Fantasinya gitu mbak maksudnya. Jadi wartawan itu bekerja dari mana saja. Jadi dia sambil wawancara sudah nulis beritanya gini. Tinggal dikirim dikirim dikirim. Acara belum selesai beritanya sudah banyak di [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com). Gitu wartawan di sini. Nanti kenapa kok HP itu selalu jadi hak milik dia? Karena di kita

itu karyawan tetap. Di sini tidak ada wartawan *freelance* di Tribun Group lagi khusus termasuk di Tribun Jogja tidak ada wartawan *freelance*. Semuanya wartawan tetap dengan sistem kerja sesuai UU Ketenagakerjaan, satu tahun. Dulu kalau lolos ya langsung diangkat kalau enggak ada perpanjangan setahun lagi. Kalau enggak yaudah lepas. Dengan asumsi setahun sudah diangkat makanya jadi hak milik. Tapi diangkat belum diangkat setahun hak milik.

**P:** Berarti kalau Tribun Jogja itu reporter kerja untuk cetak sekaligus kerja buat online.

**N:** Ya itu tadi mbak bekerja ala digital saya tadi. Bekerja ala digital itu ya kerjanya ala digital perkara nanti mau cetak atau enggak itu bukan urusannya dia lagi itu urusannya editor. Editor ada cetak ada online. Sudah bukan urusan dia.

**P:** Masuk ke tahap pengorganisasian pak. Bagaimana tahap pengorganisasian yang dijalankan oleh Tribun Jogja dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen?

**N:** Saya kira hampir mirip sama yang tadi, *listing* saja segala macam cuma tinggal isunya isu tol mbak. Semuanya sama prosesnya kayak gitu. Kita diskusikan dulu di grup baru nanti terbatas minimal editor baru nanti dipastikan lagi di *budgeting* sore hasilnya seperti apa. Sama cuma tinggal isunya aja apa.

**P:** Apakah ada hambatan bapak dalam tahap pengorganisasian dan perencanaan itu?

**N:** Ya pasti ada mbak. Pasti ada tapi kan harus lewat. Koran nggak mungkin karena kita terhambat besok nggak terbit kan nggak mungkin. Ya pasti ada lah kita.

**P:** Boleh diceritakan bapak selama ini.

**N:** Klise. Ya banyak mbak apanya yang harus diceritakan. Hambatan paling sering ya narasumber belum bisa di *contact*. Hambatan tu pasti ada tapi kan harus lewat.

**P:** Terus ke tahap pelaksanaan pak. Perbedaan tahap pelaksanaan antara sebelum pandemi dan pasca pandemi seperti apa?

**N:** Ya kayak tadi itu mbak. Kalau dulu kan banyak fisik sekarang ya itu kalau narsum maunya jarak jauh ya jarak jauh aja. Itu aja sih paling. Meminimalisir tatap muka. 5M sekarang. Pakai masker, cuci tangan, menjaga jarak, menghindari kerumunan.

**P:** Lanjut ya pak. Apakah ada kriteria atau karakteristik tertentu dalam meliput, menulis, menyunting hingga publikasi berita dalam media cetak maupun online?

**N:** Ya beda. Itu tadi yang saya terangkan di awal. Kenapa online bertele-tele? Ya karena kita meladeni Google. Kita bukan meladeni, membikin tulisan yang bagus. Kita bikin tulisan bagus, Google nggak mau ya nggak laku tulisannya tapi kalau di cetak enggak. Tulisan ya harus sesuai prosedur to. Mungkin sebenarnya penjelasan saya tadi beberapa sudah menjawab pertanyaan di bawah-bawah termasuk itu tadi.

**P:** Lanjut. Kemampuan apa saja sih yang harus dimiliki jurnalis ketika menerapkan multiplatform menurut bapak?

**N:** Kemampuannya? Ya mau aja sih kalau kita. Kalau saya lho misalkan saya buka rekrut wartawan yang *interview* kan saya juga. Nuwun sewu saya nggak peduli dengan dia mau S berapa lah mau lulusan apa. Wartawan saya banyak S2 UGM. Banyak wartawan saya S2 UGM. Banyak wartawan saya yang S1 karena di Tribun nggak boleh tidak S1 harus minimal S1. S1 yang nuwun sewu dari kampus antah berantah juga ada. Tapi plus minus kadang kita mencari sosok individu yang komplit itu nggak ada, yang ini oke secara ini tapi tidak secara itu, yang ini oke secara itu tapi tidak secara ini. Saya lebih cenderung suka yang dia mau bekerja. *Gelem rekoso gelem prihatin* urusan pinter atau enggak itu bisa kita bentuk karena faktanya sampai detik ini wartawan-wartawan saya yang S2 UGM itu tidak *se-mobile* wartawan yang S1 dari kampus antah berantah. Mereka daya tembusnya luar biasa mobilitasnya tinggi yang S2 UGM itu S1-nya arsitek. Saya punya wartawan di situ S1-nya arsitek, S1-nya HI. S2-nya kajian budaya ada yang kebijakan publik S2-nya. Rata-rata dia oke dalam mencarikan misalkan ada acara di situ tokoh-tokoh soal perekonomian. Dia mencarikan perbincangan itu menjadi sebuah berita oke. Itu kadang tidak bisa dicarikan oleh wartawan yang mobilitasnya tinggi tadi. Tapi kita kan itu berita ini aja kayak kayak gitu bukan berita pokok. Berita pokok itu kita beritanya lebih ke bikin isu sendiri. Nah saya lebih cenderung yang mobilitasnya tinggi yang suatu saat saya suruh berangkat. Jam setengah dua berangkat ada apa. Ada hanyut 10 orang di pantai selatan. Berangkat dia langsung padahal posisinya dia lagi di Magelang langsung berangkat. Siap langsung meluncur gitu. Kalau ini aduh mas aku ini ini ini saya kan nggak mau kayak gitu. Tapi ini tak suruh bikin yang kayak gitu nggak bisa. Kayak kayak gitu mbak jadi ya plus minus kita mencari individu yang ada di satu orang itu nggak bisa, semuanya saya inginkan. Tapi kalau saya suruh milih saya milih yang mobilitas yang mau, yang mau bekerja mobilitasnya tinggi. Suatu saat saya suruh berangkat. Soal dia keliru pinter atau enggak ya kita bimbing dari sini gitu. Kita kan tugasnya membimbing dia. Kita kasih arahan. Kamu gini ya nanyanya, kamu ini ya, kamu gitu ya, kamu gini ya. Gitu mbak.

**P:** Disini dituntut untuk multitasking gitu nggak pak?

**N:** Iya.

**P:** Maksudnya... berarti si reporter tersebut harus bisa menulis, harus bisa ambil foto, harus bisa videografi.

**N:** Reporter ya harus bisa menulis mbak, namanya reporter. Kalau fotografer nah itu belum tentu harus nulis. Reporter kan kewajiban utamanya menulis memang. Di Tribun Jogja itu nggak punya fotografer mbak karena fotografer itu kita anggap punah kemampuannya cuma foto reporter lebih jago moto dan dia bisa nulis dan dia sekaligus bisa jadi *host*. Dia bisa rekam video juga. Fotografer suruh nulis gelagapan karena hari-hari cuma motret dia. Di sini nggak ada tu fotografer. Terakhir saya punya fotografer satu namanya Mas Hasan Sakri lulusan komunikasi UNS. *Blessing in disguise* juga buat dia ketika dia situ udah hampir punah, dia diterima jadi Humas Pemkab Bantul sekarang. Dia *resign*. Meskipun sebenarnya dia nggak mau *resign* karena tuntutan ibunya udah kamu PNS aja tapi dia jiwanya jiwa jurnalis. Duh buk tapi aku tu masih pengen, enggak kamu punya masa depan kamu punya anak jadi PNS aja. Tapi kalau dia bertahan di situ terus punah dia karena dia nggak bisa nulis cuma moto. Ngapain doang kalau cuma moto. Ya sekarang memang harus multitasking mbak kalau nggak multitasking nggak dipakai. Sehebat-hebatnya dia nulis kalau dia nggak bisa moto, nggak bisa video ya buat apa. Bahkan kalau bisa dia membukakan ruang untuk bisnis. Artinya begini, mas ini aku ngobrol sama kepala ini ternyata ada potensi dia ngajakin kerja sama bisnis gitu. Dia ada anggaran buat ini ini ini kayak kayak gitu karena di sini kan wartawan Tribun Jogja itu satu, tidak boleh terima amplop. Jadi dia nerima sepuluh ribu atau satu milyar mending nerima satu milyar sekalian karena konsekuensinya sama harus keluar. Jadi saya ngomong kalau ada wartawan yang nerima mending kamu nyari yang gede sekalian karena sama. Kamu habis segini keluar nyari segini keluar juga dari sini. Mending nyari yang gede sekalian habis itu keluar dari sini kamu dikeluarkan gitu. Jadi dia wartawannya ya hanya kerja di lapangan nyari berita kayak gitu.

**P:** Lanjut pak. Sebelum publikasi berita tu apakah ada campur tangan dari pihak manajerial atau hanya tim redaksi saja?

**N:** Manajerial itu maksudnya manajerial apa mbak? Tadi saya menerangkan di perusahaan media ada departemen bisnis, ada departemen redaksi.

**P:** Iya. Maksudnya dari departemen bisnis tersebut. Apakah itu ada...

**N:** Kita di celah departemen itu ada garis api kita namanya, firewall menyebutnya. Bisnis tidak boleh intervensi ke redaksi.

**P:** Berarti khusus redaksi saja begitu pak.

**N:** Tapi redaksi juga harus punya kredibilitas, integritas dengan salah satunya tidak terima amplop, tidak terima sogokan segala macem. Artinya berita *pure* berita tidak *full* di internet. Jangan dong itu kan klien. Misalkan begini kampus A ada kasus, kasusnya gede



dan itu akan menjadi seksi di masyarakat di kalangan pembaca. Sementara itu klien kami termasuk klien besar di kami kampusnya. Jangan dong diberitain itu klien kita, nggak bisa. Kasus *is* kasus. Tapi kan kita juga ngasih ruang ke kampus A untuk *statement* bukan berarti *statement*-nya dia nggak kita pakai. Ya kalau dia nggak mau *statement* ya salah sendiri nggak mau *statement*. Kita sudah mencoba menghubungi. Makanya kadang saya kalau ngomong sama narsum sama siapapun lah itu tokoh-tokoh mending ngomong, ngomong aja. Ngapain harus ditutup-tutupi malah masalahnya nggak selesai selesai dan kelihatan oh berarti itu yang salah tu kayak gitu biasanya. Ngomong ngomong aja. Terus kampus yang punya prestasi, sombong sombong aja misalkan kamu punya prestasi apa yang disombongin kalau enggak bagaimana ceritanya. Di Jogja banyak kampus bersaing kayak kayak gitu. Monggo mbak. Masih banyak?

**P:** Tinggal tahap pengawasan aja pak. Untuk tahap pengawasan, apa saja yang dibahas dalam tahap pengawasan terkait liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen?

**N:** Maksudnya gimana?

**P:** Tahap pengawasan itu evaluasi. Evaluasi yang dilakukan oleh tim redaksi sebelum naik ke cetak.

**N:** Yak evaluasi itu kita kan biasanya rapat tadi mbak, sore di rapat *budgeting*. Rapat *budgeting*, oke kita dah dapat ini ini ini kita kerucutkan *angle*-nya ini. Yaudah gitu aja yo tidak kita rencanakan awal meleset ya tidak harus dipaksakan seperti itu. Kita ubah *angle*. Jadi untuk seperti itu karena balik lagi ke tadi. Besok kan tetep harus terbit nggak mungkin kosong maaf narasumbernya belum bisa dihubungi kami nggak ada berita halaman satu kan nggak mungkin harus tetep terbit besok. Kita ubah *angle* kita harus kreatif muter terus otaknya. Kalau nggak ada *headline* lain dong nggak harus maksain. Tolnya nggak ini nih nggak usah diterbitin. Ada berita tol tapi nggak komplit nggak usah. Nggak harus dipaksakan tayang. Perkosaan, aktor B nya nggak bisa dikonfirmasi di koran sampai dengan besok harus terbit padahal. Yo nggak harus dipaksai terbit kan. Iklan, kalau iklan itu harus terpaksa terbit. Misalkan mas besok aku pasang iklan aku dah bayar itu harus wajib terbit. Seperti apapun iklannya, materinya tapi kalau berita kan bisa nggak harus terbit diganti berita lain kan bisa. Itu sering terjadi, kita merencanakan ini gagal semua. Kita punya isu A B C D E gagal semua. Tetep harus ada kan besok yang diiniin. Jangan khawatir kita punya jaringan 52 Tribun se-Indonesia. Bisa pakai isu nasional misalkan. Isu nasional apa yang lagi seksi soal eee THR misalnya, boleh mudik tidak ada larangan mudik meskipun libur bersama dipotong kayak kayak gitu mbak. Jadi ya tidak harus dipaksakan untuk naik meskipun sebenarnya berita itu udah sangat komplit tapi

kurang satu tok yang belum bisa terakses ya nggak harus dipaksain besok terbit. Ganti pakai yang lain. Kita di komputer jaringan itu ada mbak berita yang sudah disiapkan oleh temen-temen Jakarta, kita bisa pakai itu. Sudah diedit tinggal nempel. Jadi mereka ting yang mempersiapkan berita-berita isu-isu nasional kita bisa pakai itu kalau masih relevan dipakai di sini ya pakai aja nggak papa, gitu.

**P:** Oke lanjut pak. Apakah ada pemberian *reward* atau *punishment* kepada jurnalis?

**N:** Lho iya jelas pasti to mbak. Itu kan baku kan mbak.

**P:** Bentuknya seperti apa?

**N:** Apanya?

**P:** *Reward* dan *punishment*-nya.

**N:** Kalau *reward* itu ya jelas penilaian di Tribun itu menerapkan mungkin diterapkan dulu saat ini namanya KPI. *Key, performance, indicator* penilaian. Jadi 70% berdasarkan kinerja, 30% di kami tu *attitude*. Jadi kalau kinerjanya lumayan itu berarti dapet 35% tapi *attitude*-nya buruk taruh 10% gitu. Nilai dia cuma 45. Nah KPI tu mempengaruhi apa? Bonus ganti tahun. Ganti tahun tu ada bonus berdasarkan laba yang kita dapatkan dari tahun sebelumnya. Kenaikan gaji per tahun berdasarkan besaran KPI dikalikan ada itung-itungannya. Itung-itungannya seperti apa saya nggak ngerti. Orang keuangan yang lebih tau karena persentase ini ini ini, berdasarkan itu. *Punishment*-nya kalau yang karyawan tetap itu ya kita panggil kita kasih SP kayak kayak gitu to mbak bahkan dimosi sampai turun jabatan. Ada. Bahkan ada yang sampai akhirnya karena sadar mengundurkan diri dia. Ada. Ya itu sih standar gitu gitu mbak.

**P:** Lanjut pak. Apakah akan ada inovasi terbaru dari Tribun Jogja di era multiplatform ini misal target anak muda karena kan mereka sekarang lebih senang berselancar di internet begitu.

**N:** Ya pasti ada mbak cuma seperti apa ya itu biarlah menjadi rahasia dapur kami. Nah kayak kayak gitu kadang kita harus pikirkan. Ya inovasi itu setiap hari tadi saya bangun tidur itu kita harus kreatif, harus punya inovasi dituntut untuk itu. Tidak bisa kita bangun tidur ini waduh opo yo. Ada ide apa? Nggak ada ide saya nggak bisa harus punya ide. Ya digital ya kalau digital ya yang harus dipikir setiap ini kata kunci mbak. SEO kita harus punya menguasai SEO apa kata kunci apa yang harus kita kuasai karena begitu kita menguasai kata kunci tertentu kita tenang. Di Google nongol duluan. Misalkan ini saya ketik HP baru ya. Ketika mbak ngetik HP baru cuma iseng aja, HP baru yang muncul di pertama *top score* ini Tribun Jogja, Tribun Jogja, Tribun Jogja masuknya. Nah kalau kita nggak menguasai kata kunci di sini Tribun Jogja, nomor dua baru CNN, nomor tiga baru

Republika, hitekno itu grupnya Suara, Suara terus apa Warta Ekonomi, idn, Tribun Jogja lagi, Tribun Jogja lagi paling atas Tribun Jogja yang menguasai. Koran daerah menguasai nasional soal HP baru. Ya karena permainan kata kunci kita dah dapet. Gitu mbak.

**P:** Maaf pak ada tambahan lagi. Sebenarnya tu kalau media lokal, itu tu bersaingnya dengan media lokal atau bersaing dengan media nasional sih?

**N:** Kami tidak pernah berpikir untuk bersaing antar media. Jadi tolong ya di masyarakat, wa Tribun tu saingannya KR. Kita aja nggak pernah berpikir bersaing dengan KR. Ya kita bersaing dengan perkembangan jaman bersaing dengan inovasi. Kita harus terus ini ngapain kita ngurusin tetangga. Kita saingan sama dia, dia apa kita ya enggak kita ngurusin diri sendiri aja. Nggak ada saing-saingan, nggak ada. Jadi jawabannya tidak ada persaingan. Persaingan ya dengan perkembangan jaman gitu lho dengan kebutuhan apa yang dibutuhkan oleh pembaca itulah persaingan antar kita juga. Temen-temen itu di digital kamu punya kata kunci apa aku dah punya lho, wah aku belum e nah persaingan antar internal tapi positif untuk dengan yang lain nggak ada mbak. Tapi saya tegaskan dah susah mbak ngejar [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com) kalau mau saingan, dot com ya. Kalau cetak praktis sekarang KR kalau nggak Tribun cuma koran lokal. Tapi kalau dot com lokal udah wis monggo silahkan dicek pakai statistik lalu lintas internet apapun ya Tribun Jogja nomer satu dah nggak kekejar mbak itu.

**P:** Untuk pertanyaan penutup pak. Menurut bapak seberapa pentingnya perusahaan media menerapkan konsep jurnalisme multiplatform di era sekarang?

**N:** Ya sangat penting. Itu prioritas utama, dah itu aja. Ya kalau nggak kayak gitu *yauwis* tutup aja dan itu dialami oleh nuwun sewu saya sebut merk perusahaan media lama. Media lama itu rata-rata masih mengenang kejayaan tapi dia nggak sadar kita harus apa sekarang. Liat aja nanti mbak. Jujur kita juga satu keluarga sama Kompas tapi mau sampai kapan koran seperti itu. Digitalnya dia nggak punya, [kompas.com](http://kompas.com) itu beda perusahaan lho punya KG juga tapi bukan Kompas cetak, [kompas.com](http://kompas.com) itu. Bahkan [kompas.com](http://kompas.com) itu *under* Tribun malahan. Jadi [kompas.com](http://kompas.com) itu anak buahnya Tribun masuk dari bagian manajemen Tribun, [kompas.com](http://kompas.com) itu. Kompas itu [kompas.id](http://kompas.id) baru bikin sekarang namanya kompas (dot) id itupun berlangganan. Telat dan baru mikirnya di era cetaknya udah surut terjun payung. Ketika saya di Jateng, Suara Merdeka sudah seperti apa masih mikir cetak cetak digitalnya dibuka aja susahnya minta ampun. Saya juga nggak, nggak bisa membayangkan ketika nanti begitu sudah ini banget udahlah tinggal tutup mereka masih pesanan pun kalau masih sanggup. Koran lama, *sorry* saya sebut saja. KR tu juga telat sebenarnya, [krjogja.com](http://krjogja.com) ada. Sama Harjo kalah jauh dia, [krjogja.com](http://krjogja.com). Ya dia masih

bernostalgia dengan cetaknya. Masih wa cetak kan masih oke mau sampai kapan. Sementara kalau misalkan mau persaingan cetak saya tadi sebut *the last standing newspaper* itu *based on* apa sih dia bisa jadi *the last standing newspaper*. Salah satunya ya *capital*, modalnya. Kalau *capital*-nya masih kuat bertahan dia. Modal itu penting. Tribun Jogja itu dijual nggak untung mbak. Satu koran tu ongkos produksinya 1300 dijual 2000. Kita dapet berapa? Ongkos produksinya 1350 satu koran, satu eksemplar kita jualnya 2000 kita dapet berapa. Kami dapet berapa? Yang jual nggak dapet. Artinya gini lho satu koran tu kita jual 2000. Ongkos produksinya kita ngeluarin 1350 berarti masih sisa 650 to itu buat kita lha yang jual agen, nggak dapet. Kita nggak dapet. Kita 300 juga dapetnya *share* sama agen. Nggak bisa kita mengharapkan dari jualan koran keuntungan bisnis koran itu. Dari apa? Ya dari lain-lain. Kuncinya apa? Inovasi mikir terus. Kita punya EO kamu harus mikir EO nyiapin program apa. Dari ini kamu harus program apa, kamu harus program apa nyiapin. Sementara yang lain-lain masih mikir dari keuntungan jualan koran. Satu digitalnya nggak jalan jualan koran, koran semakin nggak laku *lha terus duit seko endi meneh*, nggak bisa itu seperti itu. Yang nggak menjalankan multiplatform, jangankan multiplatform mbak yang nggak serius digital aja tutup sekarang, yakin mbak. Itu baru digital online ya belum yang multiplatformnya karena multiplatform tu biayanya mahal lho. Kita punya studio Tribun Jogja. Studio kita bagus ada *green scene* juga. Alat kita standar televisi. Kita punya kamera gede-gede punya padahal itu perusahaan koran lho awalnya dan portal tapi harus kita semua sudah siap. Jadi nggak kaget ketika... kita pakai iMac adalah komputer iMac di situ ada buat editing buat segala macem ada. Jadi kita nggak kaget ketika nanti semua harus serba itu kita sudah nggak kaget. Kemampuan juga udah nggak grotal gratul karena udah jago semua. Itu temen-temen dari mana dulu temen *layout* kita latih kamu latih edit video ya. Mumpung nanti belum eranya ini kamu belajar dulu. Kita udah memprediksi itu kan bisa saja. Ketika ini sudah jalan udah lepasin udah jago-jago semua sekarang. Kadang kan kita ada tu *live* acara apa disiarkan Youtube, Instagram, Facebook. Gitu gitu mbak. Jangankan multiplatform yang nggak online, belum online mengerikan saya tidak bisa membayangkan. Gitu mbak.

**P:** Ya... mungkin itu saja pak wawancaranya. Terima kasih sudah berkenan untuk saya wawancarai.

## **B. Hari Susmayanti (Editor Online Tribun Jogja)**

**P:** Pertama kali boleh memperkenalkan diri dulu bapak.

**N:** Nama saya Hari Susmayanti jabatan editor online.

**P:** Sudah berapa lama bapak bekerja di sini?

**N:** Berapa ya? Sekitar 10 tahun apa ya. Sepuluh tahun sejak berdiri. Sejak awal.

**P:** Bapak pernah mendengar tentang konvergensi media?

**N:** Konvergensi... belum sih.

**P:** Belum ya bapak. Untuk platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan di Tribun Jogja itu ada cetak sama online saja ya pak?

**N:** Kalau sekarang, cetak online iya sama medsos juga sih sekarang karena sekarang kita kan medsos tu ada beberapa to. Sekarang udah mulai berkembang lewat medsos juga sih. Kita *opo yo* mosting berita-berita di medsos juga sih.

**P:** Berarti kalau untuk editor, editor website sekaligus editor untuk media sosial?

**N:** Enggak. Editor di kita tu medsos ada sendiri timnya. Timnya itu kalau medsos yang pegang tu Mas Mona ya kalau yang video tu ada sendiri lagi nanti. Kalau saya kan pegang yang website ni yang [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com) ada berapa ya. Ada sembilan editor yang online ya. Terus yang video itu ada sendiri. Kalau sekarang itu sih video sendiri, medsos pegang Mas Mona.

**P:** Kalau rutinitas produksi berita dalam... kan kebetulan saya ini ada di liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen nah rutinitas produksi beritanya itu seperti apa ya?

**N:** Kalau saya kan kalau di tim online, editor tim online tu kan ada yang editor khusus untuk mengunggah berita dari kiriman reporter. Reporter yang ada di lapangan. Kemudian ada yang kebetulan saya pegang nasional sama daerah-daerah. Terus ada lagi yang khusus SEO juga, itu. Kalau rata-rata per hari produksinya sih saya targetnya sih lima belas unggahan tapi beda-beda antara saya dengan tim yang mengupload berita dari kiriman kawan-kawan di lapangan itu tiga puluh. Kalau yang SEO itu lima belas juga.

**P:** Bapak dari awal memang di sini itu langsung jadi editor atau bagaimana?

**N:** Enggak. Dulu dari reporter. Pertama tu 2010 September apa ya tu mulai pelatihan selama 6 bulan kalau nggak salah. Selama 6 bulan sebelum cetak, sebelum terbit perdana itu kita ada berapa ya dulu 32 orang termasuk reporter dan editor menjalani pelatihan selama 6 bulan terus setelah itu di kita ada 10 orang yang kebetulan dikirim ke luar Jawa itu masih satu grup dengan Tribun Jogja ada Tribun Pekanbaru, Tribun Pontianak dan apa ya lupa totale 10 lah. Kita dulu ada sekitar 25 sampai 30-an reporter apa ya dulu. Saya kebetulan pertama tugase di Kulonprogo setelah itu ke Gunungkidul ke olahraga baru jadi editor. Editor tu 2015 atau 16 lupa aku, itu.

**P:** Sebagai editor itu ada tidak sih pak untuk perencanaannya seperti itu? Manajemen perencanaannya.

**N:** Sebenarnya ada. Editor tu kalau dulu saya pegang, kita pegang reporter tapi sekarang tersentral ke Mas Sigit ya manajer liputan untuk penugasan gitu karena berkembang ya maksudnya sekarang kan orang sudah mulai bergeser dari cetak ke online ya. Sekarang udah agak berubah jadi untuk koordinasi dan nganu dipegang oleh Mas Sigit untuk reporter yang di lapangan. Berita kerja ini memang ada, kita sudah punya semacam apa yo panduan harus mengerjakan apa setiap hari. Kalau saya kebetulan kan saya pegang nasional berarti saya harus mantau isu-isu nasional sama isu-isu yang ada di daerah gitu.

**P:** Oke baik bapak. Penentuan *angle* berita mengenai liputan pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen seperti apa?

**N:** Kalau di online kan kebetulan isu tol Jogja-Solo, Jogja-Bawen menarik di Tribun Jogja. Salah satu artikel yang banyak dipilih tapi kan kendalanya kan nggak setiap hari berita itu ada yang soal tol ini lho. Untuk yang menarik biasanya kita *angle*-nya itu biasanya yang *human interest* kayak seperti kemarin di Klaten itu soal satu desa yang mau dapat ganti rugi nilainya luar biasa gitu lho. Kita ambil dari *angle* gimana warga menerima uang begitu banyak ini setelah ini mau digunakan untuk apa gitu kan ganti ruginya cukup tinggi juga ya sampai nilainya ada yang milyaran lha kita ambil dari *angle* dari *human interest*-nya. Tanggapannya warga gimana mau uang itu mau digunakan untuk apa gitu. Biasanya itu akan lebih menarik orang untuk membaca.

**P:** Oke bapak lanjut. Dari Tribun sendiri apakah ada fasilitas yang disiapkan oleh kantor maupun bapak sendiri?

**N:** Maksudnya fasilitas apa ya?

**P:** Fasilitas seperti HP, laptop seperti itu.

**N:** Kalau di kantor kita masing-masing editor udah disediakan komputer. Kalau yang di lapangan, lapangan itu dulu ada tapi sekarang paling cuma *handphone* aja sama paket internet bulanan. Khusus untuk reporter lho kalau yang editor udah nggak.

**P:** Sebelumnya bapak jadi editor online atau sempat menjadi editor cetak juga?

**N:** Sempet editor cetak berapa yo itu, nggak lama sih. Nggak lama, nggak ada setahun mungkin. Ya kurang lebih setahun lah editor cetak.

**P:** Itu ada perbedaan nggak sih pak?

**N:** Beda jauh.

**P:** Seperti apa pak?



**N:** Karena tulisan cetak dan online tu berbeda. Artinya gini, cetak itu kita terbatas dengan *space*. Tentunya harus berita yang kita pilih yang ingin kita tayangkan di koran besok harus bener-bener bisa apa yo memiliki nilai berita yang tinggi. Pertama itu, yang kedua jam kerjanya pun beda. Kalau cetak itu, editor cetak itu masuk nanti sore sampai tengah malem. Nah kalau online tu nggak ada jam. Artinya gini, online tu terus 24 jam. Kalau cetak kan sore kerja, kerja sampai malem untuk tayang besok. Kalau online teruuus nggak ada, nggak ada jam jadi berjalan terus. Nggak ada istilah libur gitu. Terus cara tulisan pun beda. Online tu orang akan membaca di media online tu dengan judul yang menarik. Judul berita online sama cetak itu berbeda. Mungkin itu sih perbedaannya.

**P:** Untuk jamnya bapak misalkan reporter itu harus setor berita ke editor itu berapa lama?

**N:** Itu untuk daerah itu biasanya sekitar jam 7 malem tu harus udah maksimal karena nanti diedit tu biasanya daerah. Maksudnya daerah itu Gunungkidul, Sleman, Kulonprogo, Bantul tu yang cetak pertama. Terus kota tu agak malem, terus halaman satu itu biasanya sampai malem sampai jam 10 pun masih bisa. Biasanya halaman satu kan berita-berita yang gede yang jadi HL itu biasanya bisa sampai malem. Dulu pun pernah apa ya gempa atau apa ya pernah hampir jam 11 atau jam berapa akhirnya harus menunggu kiriman yang itu sampai akhirnya mulai cetak jam 1 dini hari atau jam berapa tu duh lupa. Tergantung kondisi sih. Kalau halaman satu bisa sampai malem. Kalau halaman lain mungkin lebih sore.

**P:** Itu sama pak untuk cetak maupun online?

**N:** Apa?

**P:** Reporter untuk nyetor berita.

**N:** Enggak. Kalau online tu biasanya sampai jam 11 masih ada yang ngirim, 11 malem tapi kalau ada kejadian seumpama dini hari ya saat itu juga harus turun ke lapangan. Nggak harus reporter sih kita pun yang di editor yang di manajer produksi tu kadang tengah malem kita pergi ke TKP tu udah biasa sih. Jadi wartawan kerjanya tu nggak ada jam kerja. Setiap saat ada harus berangkat.

**P:** Untuk penentuan anggota tim redaksi tu dari Pak Sigit sendiri ya bapak?

**N:** Maksudnya anggota redaksi? Itu biasanya untuk reporter nanti di penempatan kalau anggotanya itu ya karena kita kan di media itu orang masuk keluar tu cepet. Artinya mungkin baru berapa bulan atau setahun di sini pengen pindah ke lain cepet. Jadi kita sangat opo yo susunan reporter kita sering berganti gitu ya yang menentukan untuk itu yo pertama ya jelas pemred terus dari manajer-manajer, manajer liputan maupun manajer produksi.

**P:** Editor dilakukan *rolling*?

**N:** Iya. Reporter pun sering mbak. Mungkin di antara koran di Jogja, Tribun Jogja paling sering *rolling* reporter. Kalau editor pun sering, sering banget sih artine berapa tahun sekali mesti kita pindah untuk penyegaran aja.

**P:** Berarti bertahun gitu ya bukan berapa bulan sekali.

**N:** Lebih dari setahun lah.

**P:** Berarti di sini itu manajemen media cetak dengan manajemen media online itu dipisah ya bapak?

**N:** Ho'o. Ada manajernya sendiri. Online ada sendiri yang cetak ada sendiri. Kalau online manajer online dia tugasnya menentukan tema-tema apa yang dibidik untuk menarik pembaca. Kalau di cetak tu manajernya tugasnya kalau manajer liputan ya menentukan liputan hari ini apa, yang mau dijadikan HL apa. Produksi manajer produksi ya menentukan hasil yang akan dibikin itu koran untuk besok pagi seperti apa.

**P:** Itu memang dari awal dipisah ya bapak?

**N:** Kalau dulu belum sebelum masih awal-awal berdiri Tribun enggak, jadi satu karena dulu kan 2010 media online itu belum semasif sekarang. Masih jarang banget. Kalau sekarang udah jadi keharusan sehingga perlu ada manajer tersendiri untuk agar bisa bersaing dengan persaingan di media online kan sekarang cukup ketat banget.

**P:** Dalam liputan isu pembangunan tol ini, apakah media online itu sebagai *support* saja atau sebagai suatu kanal utama bersama media cetak?

**N:** Kalau sekarang media online ya kanal utama juga karena sekarang orang kan sudah bergeser to yang baca tu lebih banyak yang online sekarang daripada pembaca cetak tu mungkin hanya kalangan tertentu. Kalau sekarang kan dengan kemajuan teknologi orang bisa baca apapun dari HP karena menjadi salah satu pilar utama Tribun Jogja.

**P:** Apakah ada perbedaan tahap pelaksanaan antara sebelum pandemi dan saat ini?

**N:** Tahapan apa mbak itu mbak?

**P:** Tahap pelaksanaannya.

**N:** Tentu beda. Kalau dulu kita sering menggelar rapat untuk diskusi online tu mungkin seminggu bisa sekali diskusi langsung tapi sekarang dengan kondisi pandemi ini kan banyak yang bekerja dari rumah. Tentunya itu menyebabkan kegiatan di kantor pun berbeda banget. Kalau dulu kita sering rapat untuk bahas strategi kita untuk sebulan ke depan seperti apa itu mungkin sering mbak tapi kalau sekarang mungkin ya sebulan sekali lah.

**P:** Untuk WFO dan WFH juga begitu?

**N:** Yang di kantor itu kalau yang rapat online dulu awal-awal pandemi sering banget kita, rapat lewat online tu tapi sekarang dah agak mendingan. Sekarang kita agendakan rapat bulanan. Kalau yang di cetak beda lagi. Cetak tu biasanya setiap sore ada rapat. Rapat redaksi namanya. Itu ya bahas untuk yang ingin jadikan HL, halaman satu apa, halaman daerah apa, olahraga apa itu biasanya setiap sore.

**P:** Kalau untuk media onlinenya itu ikut rapat redaksi?

**N:** Enggak, cuma manajernya aja biasanya. Kalau rapat tim online ya semua. Artinya editor-editor semua setiap bulan tu mesti rapat. Sekali, sebulan sekali lah.

**P:** Proses menyunting hingga publikasi berita itu butuh waktu berapa lama sih?

**N:** Kalau menyunting dari karena kebetulan grup Kompas Gramedia cukup banyak, kita biasanya kalau nasional tu saya ngambil dari portal-portal yang satu grup itu biasanya paling cepet tu 10 sampai setengah jam untuk satu berita. Tapi kalau kita rata-rata lah, kalau kita ngupload kiriman dari reporter tu sekitar 15 menit lah. Rata-rata.

**P:** Menurut bapak lebih penting mana antara kecepatan atau ketepatan berita?

**N:** Kalau lebih penting, lebih penting ketepatan tapi kita eee kecepatan juga penting juga. Artinya keduanya itu harus tetep kita butuh berita cepat tapi memang harus benar-bener tepat. Jangan sampai kita hanya mengedepankan kecepatan tapi berita yang kita *posting* nanti salah. Itu jangan sampai juga. Kecepatan penting, ketepatan juga wajib itu karena kalau walaupun di online dengan berita salah bisa diedit cepat tapi kita tidak boleh nganu itu harus ketepatan harus diutamakan juga.

**P:** Kalau misal bapak ada yang salah waktu di-*upload* pertama itu nanti ada koreksi begitu kah pak?

**N:** Iya ho'o. Biasanya ada karena tentu yang editor yang *upload* berita itu kadang nggak walaupun sudah diteliti, dibaca satu-satu kadangkala masih ada yang keliru. Kita di anu dari temen atau pembaca mungkin tu langsung bisa diedit kalau cetak eh kalau online. Cepet kalau online.

**P:** Berarti kalau editor itu tergantung wartawan setornya kapan baru diedit. Bapak sendiri ada mengambil dari *website-website* yang satu grup sama Kompas Gramedia terus bapak sendiri yang edit terus baru di *upload* di Tribun Jogja?

**N:** Kalau yang kiriman dari reporter kita bisa langsung mengambil ke milis, ke grup email kantor milis nanti bisa langsung kita edit. Proses edit ya sekitar rata-rata lah 15 menit itu tadi termasuk ngedit foto dan lain-lain. Kalau kita ngambil, *copy* dari grup kita grup portal grup kita itu nanti kita harus ngedit. Biasanya sih ngedit harus diedit memang, harus diedit tulisannya harus berbeda. Artinya dengan maksud dan isi yang sama tapi dengan disajikan

dengan tulisan *style* kita itu, *style* masing-masing editor. Terus kita pun wajib melampirkan *link*, *link* hidup dari berita yang kita ambil. Contohnya saya ambil dari [kompas.com](http://kompas.com) nanti di bawahnya pun harus ditulis artikel ini sudah tayang di [kompas.com](http://kompas.com) dengan judul bla bla bla itu ditanam *link* hidup nanti. Jadi orang bisa ngeklik *link* hidup tadi untuk melihat berita aslinya seperti apa. Itu kalau dari grup kita dari portal grup. Kalau dari kiriman reporter yo kita langsung ngedit.

**P:** Apakah ada pemberian *reward* atau *punishment* kepada editor?

**N:** Itu tahunan sih artinya *reward* itu diberikan dari hasil, kalau di online tu kan ada parameternya to. Parameternya itu editor tu ditarget untuk target visitor. Jadi tulisan kita itu sudah dibaca berapa ribu orang, *page view*-nya berapa itu ada kalau di online. *Reward*-nya nanti setiap tahun dinilai dari itu *reward*-nya dalam bentuk seperti kenaikan gaji itu. Setiap tahun kan ada kenaikan gaji to besaran kenaikan itu berdasarkan dari kinerja kita selama setahun itu. *Reward*-nya seperti itu jadi.

**P:** Kalau *punishment*-nya bapak?

**N:** Apa ya? Sebenarnya kalau selama ini belum pernah sih saya. Kalau yang lain nggak tau.

**P:** Saya mau minta pendapat bapak. Seberapa sih pentingnya perusahaan media ini menerapkan konsep jurnalisme multiplatform?

**N:** Kalau sekarang harus, maksud saya harus semua perusahaan media harus terjun kesitu karena dengan perkembangan teknologi orang sekarang sudah bergeser dari cetak ke online. Kalau kita hanya perusahaan media hanya fokus pada cetak suatu saat pasti bukan suatu saat dengan kemajuan teknologi saat ini pasti nggak akan bertahan lama. Tapi kalau kita dengan multiplatform itu nanti dengan oplah yang cetak berkurang bisa ditutup dengan pendapatan kita dari online. Jadi tetep bisa bertahan makanya semua media sekarang sudah mulai mengembangkan digital. Nggak hanya itu medsos pun setiap media pun sekarang berlomba-lomba untuk kalau di Tribun Jogja sendiri mulai dari Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter tu bener-bener kita garap karena sadar ke depan pasti bisnis koran cetak tu pasti akan ada masanya walaupun nggak akan tutup secara total tapi orang suatu saat pasti akan beralih dari cetak ke online gitu.

**P:** Kalau di media online itu bapak sendiri yang *upload* atau nanti diserahkan lagi ke wartawan?

**N:** Enggak, yang *upload* kita. Editor-editor 9 orang tu tugasnya memang *upload* berita yang di lapangan kita ada berapa ya mungkin 15-an lebih kalau sini ya. Setiap hari

dibebani semua editor sih 160-200 postingan berita. Kalau yang ya beda-beda sih. Setiap orang tu berbeda-beda targete ada yang 15 ada yang 30 soale beda-beda targetnya.

**P:** Editor per divisi ya pak atau satu orang mengampu semua berita?

**N:** Kalau di cetak itu ada sendiri-sendiri. Cetak itu ada editor daerah. Editor daerah itu pegang Gunungkidul, Bantul, Sleman, dan Kulonprogo. Terus editor kota itu pegang kota sama kriminal. Terus nasional ada sendiri, Jateng ada sendiri terus halaman 1 dipegang manajer produksi. Kalau yang di online itu juga dibagi-bagi juga yang 2 orang itu khusus untuk meng-*upload* berita-berita kiriman dari reporter kita yang ada di lapangan. Terus 2 orang fokus untuk berita nasional, olahraga nasional sama daerah. Terus ada lagi tim SEO. Tim SEO itu ya ada yang fokus bola, ada yang fokus *lifestyle*, selebritis gitu.

**P:** Kalau bapak sekarang?

**N:** Saya pegangnya nasional, bola nasional, internasional itu sih.

**P:** Oh iya bapak. Kalau di *website* itu kan saya liat ada bagian videonya juga ya pak. Keterangan yang di bawahnya itu bapak sendiri yang nulis atau dari videografer?

**N:** Itu kalau video itu yang ngerjakan ada tim video sendiri. Kita tim video itu cukup banyak. Tim video kita ada 6 orang. Nah tugasnya mereka itu memasukkan video-video yang ada kiriman dari reporter baik atau yang ngambil dari grup kita nanti ke *website* kita. Ada sendiri jadi karena sekarang dari video pun kita dapat pemasukan gitu lho jadi memang orang yang ada di video tu memang fokuse di video.

**P:** Berarti media cetak sendiri, media online sendiri, sosial media sendiri, videografi sendiri. Ada empat ya pak.

**N:** Empat karena itu untuk syarat melengkapi. Artinya kan untuk cetak itu nggak semua berita dari kiriman reporter itu bisa tertampung di cetak. Nah kita bisa dimasukkan ke online, ke medsos, ke video gitu saling melengkapi sih semua itu.

**P:** Bapak pernah ngedit berita tentang pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen?

**N:** Kalau di online sering karena berita tol Jogja-Solo, Jogja-Bawen tu pembacanya banyak di kita. Itu salah satu berita yang paling dicari oleh pembaca di Tribun Jogja itu salah satunya itu soal pembangunan tol. Itu tinggi-tinggi terus malahan untuk pemberitaan soal tol ini kita memang salah satu andalan kita banyak dicari oleh para pembaca. Mungkin karena wilayah Sleman, Klaten berdekatan dengan kita mungkin mereka pengen cari tau mungkin soal pembangunan tol itu.

**P:** Selain pembangunan tol apa sih yang sering dicari oleh pembaca?

**N:** Kalau setiap apa ya setiap media artinya satu grup dengan Tribun media itu beda-beda. Kalau di kita tu sekarang *lifestyle* yang soal shio, soal zodiak tu tinggi pembacanya. Terus

kalau nasional tu terkait dengan Presiden Jokowi tu cukup tinggi juga mungkin itu sih tapi kalau yang kita beberapa bulan terakhir ini *lifestyle* yang itu maksude yang shio, zodiak itu tinggi. Tapi momen-momen tertentu kita pembacanya juga seperti saat Ramadhan pembaca kita berita-berita soal Ramadhan tu nanti akan tinggi *by moment* juga itu. Selain Ramadhan apa lagi *pokok men* berkaitan dengan momen. Momen Imlek kemarin ya berita-berita soal Imlek pasti akan banyak dicari, momen-momen.

**P:** Saat rapat evaluasi yang sebulan sekali semua redaksi seperti jabatan-jabatan atas hingga editor, reporter ikut atau hanya tertentu saja?

**N:** Evaluasi tu biasanya hanya dari manajer ke editor. Jadi kan editor tu udah punya target visitor berapa ratus ribu, lah di evaluasi selama sebulan ini visitor dari target tu dapat berapa visitor. Itu terus kemudian sebulan ke depan kira-kira yang mau dibidik itu apa mungkin soal shio, soal seleb, soal bola. Seperti saat ini kita sudah mulai bidik untuk puasa Ramadhan itu sudah mulai kita, kita sudah mulai buat berita-berita soal Ramadhan. Momennya nanti pas hari selama bulan Ramadhan tu sudah, kalau di online istilahnya kita sekarang sudah mulai menanam kata kunci. Saat Ramadhan nanti baru panen. Artinya pembaca kita dari target mungkin sudah masuk target gitu lho. Kita baru sekarang kalau istilah orang nyari kan kita tebar umpan dulu. Saat Ramadhan nanti baru dapat hasilnya dapat berapa. Nah itu kalau online gitu sih kerjanya. Jadi online tu kita menanam kata kunci sekarang hasilnya pun nggak bisa langsung instan sekarang harus karena seperti itu sih sistem online.

**P:** Apakah akan ada inovasi terbaru di era multiplatform ini dari online? Misalnya target anak muda kan sekarang lebih berselancar di internet nah apakah sekarang media online itu ramah untuk anak muda?

**N:** Karena strategi kita itu dibuat kita juga berdasarkan data. Artinya kita secara korporir punya data tentang pengguna mungkin pengguna internet di Indonesia itu berapa dari itu dari total itu yang usia sekian, usia sekian. Nah itu menjadi salah satu strategi yang tentu, tentunya di online tu harus ada inovasi baru untuk karena sekarang pengguna internet tu paling banyak tu usia muda sampai usia menengah. Nah itu menjadi segmen-segmen kita makanya salah satu yang artikel kita yang dalam beberapa bulan ini tinggi *lifestyle* mulai dari itu sih opo shio sama zodiak itu pembacanya rata-rata anak muda. Nah itu menjadi salah satu tentu di online pun harus ada inovasi-inovasi yang tapi inovasi seperti apa nanti itu kan akan ditentukan berdasarkan dari data-data yang kita miliki nggak hanya, nggak hanya apa ya kita menentukan strategi secara sembarang harus berdasarkan data-data.



**P:** Mungkin itu saja bapak yang ingin saya tanyakan untuk penelitian ini. Dari bapak sendiri ada tambahan?

**N:** Apa yo? Kalau tambahan enggak. Kalau sekarang yang jelas untuk karena tuntutan-tuntutan saat ini kan pembacanya tinggi. Bagaimana kita menyajikan sebuah berita yang menarik untuk dibaca namun tetap memenuhi kode etik jurnalistik. Mungkin itu sih kuncinya kalau saya. Jangan sampai kita wah bikin berita yang memang menarik untuk dibaca tapi keluar dari kode etik. Misalnya berita-berita kita bikin berita hoaks itu jangan sampai walaupun minat pembacanya tinggi tapi kalau nggak sesuai kode etik nanti malah akan menjadi masalah sendiri di kemudian hari karena sekarang di era digital ini jejak digital kita pasti akan, nggak akan hilang. Karena saya melihat sekarang tu orang bikin media tu gampang banget. Artinya kamu sekarang bisa bikin media tinggal beli domain udah bisa tapi kan untuk menjadi seorang jurnalis tu nggak semudah itu harus opo yo. Kita memiliki pegangan, aturan, kode etik jurnalistik. Bagaimana membuat berita bla bla bla. Orang sekarang semua orang bisa menulis tapi untuk menyajikan dalam sebuah berita yang sesuai kode etik jurnalistik belum tentu semua orang bisa. Sebagai contoh saya kan asli Gunungkidul mbak, saya di Gunungkidul tu saya di sana tu sempat 3-4 tahun kalau nggak salah. Sekarang tu saat saya di sana tu mulai banyak portal online lokal tapi kita nggak bisa membendung sih itu maksudnya orang mendirikan tapi mereka mendirikan tanpa dibekali kemampuan ataupun opo yo sebagai seorang jurnalis. Kalau saya melihatnya seperti itu karena orang menulis tu *sak senenge dewe ta dadi* berita itu kalau saya saat belajar dulu belajar maksudnya pelatihan apa itu berita. Cuma ada tiga, fakta fakta fakta berarti yang disajikan itu harus benar-bener fakta. Tapi sekarang dengan kemajuan teknologi orang bisa seenaknya buat *website*, buat portal berita tapi nggak memenuhi kode etik jurnalistik seperti itu. Kuncinya kalau saya itu. Membuat berita yang menarik untuk dibaca namun tetap dalam kaidah-kaidah jurnalistik. Nggak boleh keluar dari situ. Itu kalau saya.

**P:** Kalau menurut bapak berita yang *clickbait* itu bagaimana?

**N:** Yo itu strategi sih anu yo itu strategi kalau menurut saya strategi yo memang salah satu strategi untuk menarik orang membaca tapi pasti kalau kita di *website* eh di koran seperti koran-koran yang resmi artinya ya pasti nanti akan ditinggalkan. Kalau saya sendiri sih seneng baca itu membaca ya tulisan-tulisan yang yo mungkin orang-orang beda sih. Nggak semua orang seneng baca yang berat-berat tapi saya yakin dengan sebuah media tetap menjaga marwahnya sebagai benar-bener sebuah media itu akan tetap dicari oleh calon. Mungkin kalau saya suka baca itu Tempo liputannya investigasi, fitur menarik

kalau saya lho. Tapi orang kan sekarang yo semua orang bisa anu sekarang ramalan zodiak besok apa ya mungkin beda. Beda kalau orang karakter beda-beda sih. Tapi kalau sekarang saya membaca tu ya kalau bicara Tempo, liputannya mendalam, bacaannya komplit tu seneng. Tapi karena sekarang yo anu orang tu para pemuda teknologi ini tadi. Orang ada kejadian ini hanya melihat dari jauh ya jadi berita padahal belum ada konfirmasi ke yang terjadi tu apa to orang-orang yang memang ada di situ. Seperti itu kalau sekarang.

### **C. Susilo Wahyu Nugroho (Editor Cetak Tribun Jogja)**

**P:** Boleh perkenalkan diri terlebih dahulu.

**N:** Oke. Nama saya Susilo Wahyu Nugroho, di Tribun Jogja saya bertugas di bagian redaksi jabatannya redaktur. Fokusnya redaktur *region* Jawa Tengah, Magelang, Klaten, dan olahraga.

**P:** Sudah sejak kapan mas di sini?

**N:** Saya mulai masuk Tribun itu Januari 2012.

**P:** Boleh diceritakan jenjang karir sampai jadi editor sekarang.

**N:** Oke. Saya Januari itu *training* di sini 3 bulan sampai Maret. Setelah itu saya ditugaskan sebagai wartawan ke Purwokerto itu sampai mungkin akhir 2012. Setelah itu saya ditarik lagi ke Jogja itu saya pindah-pindah *desk* mulai dari *plotting*, *plotting* kota terus di bagian olahraga sempet, hukum, kriminal beberapa bulan terus sempat dipindah ke Solo terus balik lagi olahraga terus kemarin dari pusat ada program Tribun *travel*, disuruh pegang Tribun *travel*. Habis Tribun *travel* terus akhirnya pas satu tahun ini saya megang redaktur itu 2020 Maret. Pas satu tahun.

**P:** Jadi mas Susilo di sini sebagai redaktur media cetak.

**N:** Iya redaktur media cetak, hanya media cetak.

**P:** Pernah mendengar konvergensi media?

**N:** Konvergensi itu pernah. Ini ini ya multiplatform itu ya. Setau saya kalau dari Tribun itu memang dari awal. Saya 2012 itu sudah mulai mengarah kesini ya meskipun tidak seluas sekarang gitu. Jadi waktu itu kita sudah apa namanya ketika media lain masih mengetik berita konvensional, ngetik di komputer di kantor kita sudah pakai apa namanya Blackberry itu kecepatan karena memang arahnya online waktu itu ya. Terus media sosial kita dari awal sudah mulai kayak peraturan tak tertulis ya, kewajiban share berita di akun media sosial kita kayak gitu. Jadi kan ukurannya saat itu kita termasuk yang awal sih di Jogja ya media-media lain gitu. Termasuk kalau sekarang sudah ya sudah, sudah ini,

sudah lebih mengena ya konvergensi media ini. Sudah *channel* Youtube, *streaming* Facebook, *streaming* Instagram kayak gitu.

**P:** Jadi di Tribun Jogja platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan itu cetak, online sama sosmed ya mas.

**N:** Iya, online terutama ya. Fokusnya memang digital kita sekarang bukan berarti cetak ditinggalkan tapi kalau saya melihatnya memang apa ya tidak bisa diukur dengan mana tapi saling melengkapi ya tapi online lumayan mendapat perhatian khusus mungkin 3, 4, 5 tahun belakangan sama media sosial sih lumayan itu kita kenceng.

**P:** Mas pernah megang media sosial?

**N:** Belum pernah karena itu ada khusus. Jadi ada sumber daya manusia yang dia memang apa ya dari awal namanya Mas Mona dia. Dia khusus, dia bisa mendeteksi istilahnya kayak yang lagi rame apa nih di media sosial sekarang gitu dan nanti misalnya ada berita dari Tribun. Misalnya apa lah klitih misalnya. Respon dari netizen banyak misalnya komen terus *viewer*-nya banyak nanti dari media sosial itu memberikan *warning* bahwa ini loh ini apa namanya *news value*-nya gede gitu. Nah nanti dilanjutin ke bagian sini, ini nanti ngejar lagi apa yang masih bisa diekspos dari berita yang ditangkap banyak peminatnya itu. Itu ada khusus mbak untuk medsos dan kayaknya cuma Tribun yang ada. Jadi ada khusus media sosial lah.

**P:** Bagaimana rutinitas produksi berita tentang liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen sebagai editor terutama di media cetak?

**N:** Jogja-Solo saya pernah kalau Bawen belum. Jogja-Solo pernah beberapa kali ngedit beritanya. Kita sempet ada apa namanya diskusi dengan Mas Sigit ya. Mas Sigit itu kan manajer liputan. Sempet beberapa kali bahwa karena sekarang kan stepnya pembangunan tol kan masih ini ya uang ganti rugi itu ya jadi kita sering apa namanya merencanakan untuk pemberitaan tol ini hal-hal yang menarik, humanis itu karena kan tapi nggak ini ya nggak setiap hari ya karena ini kalau saya di daerah intensitasnya mungkin nggak terlalu sesering kota atau DIY. Jadi saya menginstruksikan wartawan yang di lapangan yang di Klaten terutama itu memantau setiap proses UGR itu uang ganti rugi dari satker sama pemerintah desa ya ke masyarakat. Itu biasanya apa namanya saya menginstruksikan untuk memantau bahan-bahan yang mungkin unik. Jadi misalnya kayak makamnya kena, tolnya itu kena makam kayak kayak gitu yang kemarin, ini terus kalau kena sawah atau kena rumah kan udah biasa ya jadi tapi misalnya yang waktu itu kayak ya karena cuma satu meter atau dua meter kan dikit banget itu terus atau hal-hal lain yang misalnya kemarin habis ngedit itu ada yang ada warga itu yang habis kena pokoknya dia pengennya

kalau nanti udah dibayarkan dia mau naik haji gitu, mau naikin haji istri sama keempat anaknya gitu. Terus ada yang apa namanya pengen ditabung, terus ada yang beli sawah lagi jadi ke hal-hal yang humanis lah. Soalnya kalau apa ya kalau ganti rugi dan ini nilainya segini ya gitu aja beritanya terlalu *flat* gitu dan satker juga bagian pemerintah juga perkembangannya ya gitu-gitu aja. Mereka pasti kan laporannya di desa ini luasannya segini, nominalnya yang dikeluarkan segini, sekarang dah sampai desa ini mungkin minggu depan kita lanjut ke ini kan biasa itu kalau di kita ya. Jadi hal menarik di luar itu. Di luar isu regular. Tapi tetep, tetep harus ada bahan dari satker, kepala desa dari setda, Pemkab gitu tapi *angle*-nya tetep yang menarik.

**P:** Di sini sering mengadakan rapat redaksi dan editor ikut rapat?

**N:** Dulu sebelum pandemi iya tapi sekarang intensitasnya tidak setiap hari. Jadi kayaknya lebih ke awal minggu ya itu perencanaan lebih ke lipsus, liputan khusus itu kayak *in depth* jadi *in depth news* lebih ke ya liputan khusus lah. Dia *multi angle*, cakupannya gede, isunya jauh lebih tajam dan kadang investigatif dan isu ya itu bukan peristiwa gitu. Nanti masing-masing editor ditanya oleh *news manager* kira-kira apa nih berdasar *desk* masing-masing gitu. Kalau saya olahraga kemarin ada yang mau bisa dilipsuskan gitu agak panjang nah nanti dia buat halaman satu gitu. Klaten ada apa nanti temen di kota misalnya *region* Bantul ada TPST Piyungan itu yang bermasalah itu nanti kita bikin hal yang lebih dalam lah gitu. Dulu kayaknya tiap sore sebelum pandemi tapi setelah pandemi kan sekarang aja yang online *work from home* kecuali kalau redaktur cetak itu memang harus ke kantor karena harus koordinasi dengan *layout*, tata wajah halaman. Ini kurang gede, ini kekecilan, ini diilangin, ini ditaruh gitu jadi harus interaksi langsung to jadi harus ke kantor tapi kalau yang online beberapa nggak kantor karena pandemi. Bahkan rapat wartawan pun sekarang nggak ada. Maksudnya biasanya kita satu minggu eh satu bulan dua sampai tiga kali. Semua wartawan ngumpul di sini gitu ngobrol kalau sekarang enggak. Jadi kita koordinasinya grup, grup WA. Japri japri juga gitu ngobrol. Jadi pandemi lumayan membuat sistem penyusunan berita mengalami penyesuaian gitu lah.

**P:** Fasilitas apa saja sih yang disiapkan oleh kantor maupun sendiri dalam melakukan kerja? Fasilitas seperti laptop, HP atau ada yang lain?

**N:** Kalau fasilitas sepertinya saya kurang tau ya *update* yang sekarang ya tapi sepertinya *handphone*. *Smartphone* itu aku kurang tau detailnya e mbak tapi kayaknya setiap wartawan baru itu diberi HP tapi modelnya ini nggak tau ya sistemnya apa. Modelnya itu separo, separo bayar nanti bayarnya bisa dicicil gitu atau sekarang modelnya dipinjamkan aku kurang tau. Tapi biasanya wartawan baru itu dikasih yang di lapangan ya terutama

dikasih *smartphone* gitu. Itu dari dulu awal saya sih jamannya BB terus mulai android juga pada dikasih gitu. Kalau laptop enggak kayaknya karena memang kita HP memang *smartphone*. Kalau laptop kelamaan dan lebih repot.

**P:** Sebelumnya mas pernah di media online juga? Media cetak aja ya.

**N:** Iya, di Tribun. Lulus langsung kesini sampai sekarang.

**P:** Jadi selama ini memang cetak terus.

**N:** Iya.

**P:** Apakah ada perbedaan antara perencanaan di platform cetak sama platform online?

**N:** Ada pastinya terutama rentang waktu ya. Kalau online itu dia lebih apa ya lebih sangat dinamis dan cepat ininya apa penyusunannya terus perubahan taktik, perubahan skema, perubahan isunya jauh lebih cepat kalau online itu. Kalau cetak kan harian ya jadi misalnya kita kan bikin kita ngedit berita hari ini untuk besok nah hari ini kadang saya, beberapa redaktur itu misalnya udah ngedit berita nih dapet isu kan udah tau nih arahnya wartawan nulis apa apa gitu. Ada yang kurang atau masih ini masih bisa dikembangkan nih nanti aku Whatsapp ke wartawan ini buat besok ya di apa ditanyain lagi maksudnya ditambah lagi buat besok, liputan buat besok gitu kan *range*-nya jauh tu. Saya menyuruh wartawan sekarang untuk liputan besok tayangnya masih lusa kan lama banget to itu. Nah kalau cetak (online) ya, ya cepet banget. Cetak (online) dia minta sekarang harus bahan itu harus jadi secepat mungkin. Misalnya apa namanya kadang yang online itu *human interest* kayak kayak orang butuh bantuan misalnya kayak cacat mohon maaf atau kayak kayak gitu misalnya. Disuruh sekarang kalau misalnya memungkinkan ya sekarang berangkat untuk produknya ya sekarang. Kalau online kan lebih dinamis dan lebih cepet banget kalau online itu.

**P:** Apakah editor ada *rolling*?

**N:** Ada tapi *rolling*-nya kita kayaknya nggak rutin deh maksudnya nggak satu semester atau satu tahun pasti *rolling* gitu nggak. Biasanya *rolling*-nya menyesuaikan kondisi misalnya atau memang sudah apa ya nuwun sewu kondisi dan mengurangi kejenuhan ya. Misalnya apa namanya, misalnya wartawan A gitu kok dia nulis kriminal atau hukumnya bagus nih gitu. Sementara dia sebelumnya ditaruh di seni budaya gitu. Nah bisa jadi nanti dalam periode tertentu apa namanya dia dipindah ke *desk* yang hukum kriminal gitu. Atau misalnya ada yang *resign* gitu, ada satu dua *resign*, satu dua *resign* nah biasanya pos yang ditinggalkan wartawan *resign* itu misalnya penting. Misalnya kepatihan atau pemkot atau pendidikan nah nanti akan ada *rolling* di situ. Ada pemindahan-pemindahan gitu termasuk editor juga gitu. Ada semua itu.

**P:** Biasanya minta *rolling* sendiri atau dari atasan?

**N:** Kalau saya kan baru setaun ya jadi belum, belum terlalu menemui wartawan yang misalnya mas *mbok* aku dipindah kesini gitu belum pernah. Tapi Mas Sigit yang lebih paham ya. Tapi sepertinya ada. Soalnya kan Mas Sigit lebih lama dan dia di keputusan untuk *me-rolling* dan tidak itu dari manajer liputan, Mas Sigit. Tapi biasanya jarang kalau sampai dari wartawannya meminta dan dipenuhi itu jarang. Biasanya dari kita karena melihat potensi dan apa ya kadang eksperimen juga. Eksperimen oh ini kayaknya anaknya suka main nih kita kasih mingguan gitu kadang. Oh ini suka bola ya udah kasih olahraga. Eksperimennya bisa jadi, bisa gagal. Kalau gagal ganti lagi gitu.

**P:** Tadi kan mas Susilo bilang kalau yang sore itu kan rapat redaksi. Rapat redaksi sore terus nanti paginya wartawan cari berita atau bagaimana?

**N:** Rapat redaksi sore itu untuk cetak besok jadi apa namanya untuk, jadi *budgeting* namanya. *Budgeting* sore itu lebih untuk ke berita besok. Jadi saya hari ini misalnya sore ya, sore gini saya wartawan saya ada berita apa aja, dari *desk* saya ada berita apa aja nanti yang berpotensi untuk misalnya lengkap bahan lengkap itu bisa ditaruh halaman 1 gitu. Atau bisa juga ketika bahan yang dirapatkan hari ini sebenarnya bagus tapi masih kurang itu nanti bisa di di apa masuk *planning* buat besok untuk cetak lusa gitu. Nah nanti yang bertugas menginstruksikan wartawan itu bisa editor masing-masing kayak saya atau Mas Sigit, manajer liputan gitu. Biasanya pagi Mas Sigit itu. Kita editor juga kayaknya ya biasanya pagi lah, pagi atau siang gitu misalnya ada apa misalnya Magelang hujan deras gitu. Terus dari media sosial pantauannya jalannya kerendem gitu nah prosesnya kita menginstruksikan wartawan untuk mantau, data dilengkapi, kirim lewat email, milis kita namanya milis habis itu kita olah, masuk ke bagian apa namanya bagian apa ya folder produksi itu isinya bank berita yang kita edit semua, *paste* langsung ditarik temen-temen *layout*, *layout* yang nata halaman itu, ditata, kita cetak hitam putih, kita cek, tata wajah terus ejaan, dan lain-lain kita periksa langsung masuk percetakan. Itu cetak ya nah kalau online ya langsung diolah itu langsung naik online gitu.

**P:** Cetaknya di ringroad itu ya?

**N:** Iya, ringroad barat.

**P:** Jurnalis di sini menerapkan multitasking?

**N:** Iya, ho'o. Wartawannya kan? Iya wartawannya. Kayaknya mulai rekrutan dua ribu berapa ya lupa ya pastinya. Kalau pas saya belum terlalu karena eranya perekrutan saya media online belum sebanyak sekarang. Kalau reporter sekarang dia kayaknya wajib ini bisa *streaming* jadi *news anchor* gitu lho kayak apa ya laporan lapangan lah. Sebetulnya



itu kan tugas ada divisinya ya seharusnya kayak TV gitu tapi sekarang kita dituntut untuk bisa ngomong di depan kamera gitu. Terus dituntut bisa ambil video karena kita kan Youtube itu kan, Instagram, Facebook itu kita dituntut ya cuma pakai HP meskipun nggak sebagus TV tapi kalau untuk media sosial itu sudah lebih dari cukup. Jadi ngambil *shoot per shoot, per frame*. Nah nanti dari situ bahan dikirim ke sini nanti ada editor video yang mengolah bahan itu. Itu wartawan harus bisa. Begitu. Kayaknya batasnya cuma itu.

**P:** Kalau cetak biasanya butuh waktu berapa lama untuk menyunting?

**N:** Per berita variatif sih mbak. Kalau misalnya berita apa ya enteng atau *release flat* berita pemerintahan gitu paling 5-10 menit jadi. Cepet. Tapi kalau berita yang dia, itu berita kecil ya istilahnya berita samping lah istilahnya tapi kalau untuk berita yang wah jagoan HL nih, jagoan HL yang itu data lengkap, lalu dia berpotensi ada *missed* data eee apa namanya berkaitan dengan kronologi kayak gitu ya bisa setengah jam satu jam hanya satu berita. Soalnya kan kita harus, harus membandingkan dengan berita lain nih. Kadang di tengah ngedit kita kontak wartawannya gitu. Ini apa maksudnya gitu atau loh ini kok beda namanya atau loh ini udah ganti po pejabatnya gitu misalnya. Terus nanti nambah istilahnya P2P, P2P tu kayak *point per point*. Nah nanti kalau halaman 1 atau kota itu editor juga harus menyiapkan bahan grafis. Itu bisa ya bisa satu jam sendiri kalau tergantung ini ya tergantung bahannya gitu. Kadang kita ini masih kurang di sini misalnya tambahkan dong dari dinas PU atau perhubungan gitu. Tanyain lagi ke wartawannya itu bisa.

**P:** Ada ketakutan nggak sih mas dengan adanya media online nanti media cetak surut?

**N:** Nggak munafik dan benar adanya, iya ada tapi setauku kita udah menyadari itu dari awal.

**P:** Terus ada penurunan oplah?

**N:** Kalau oplah kayaknya iya, menurun cuma angka spesifiknya aku nggak tau tapi yang jelas menurun.

**P:** Bagaimana cara mengatasinya?

**N:** Apa ya? Ya kalau cetak ya menjaga kualitas berita. Salah satunya itu. Liputan khusus, lipsus itu kadang apa ya kadang masih cukup menarik masyarakat selama isunya itu apa ya nggak harus berat sih sekarang itu menurut saya berita yang diminati masyarakat itu yang penting dia berkaitan dengan publik, unik, menarik. Apa ya baru terutama. Isu-isu baru gitu. Kalau yang investigatif itu kadang malah ya masyarakat kadang opo yo udahlah biasa aja gitu. Kayak dulu sempet rame itu kayak jual beli apa namanya jual beli lahan PKL di trotoar. Itu kan waktu dulu kita ngeluarin baru itu. Jadi kayak pinggir-pinggir

jalan itu dijualbelikan. Padahal itu kan mereka nggak punya hak. Jadi hal yang sepele itu sebetulnya tapi banyak yang gitu. Kayak dulu pernah bikin tulisan soal Bahasa Jawa. Jadi anak-anak sekarang itu orangtuanya pun kesulitan ngajarin anaknya Bahasa Jawa. Terus kalau orangtuanya kesusahan anaknya gimana gitu. Itu sampai padahal itu kayaknya berita 2014/15 ya tapi kadang masih berseliweran di media sosial. Jadi kayak foto korannya. Jadi saya kadang masih nunggu itu di media sosial, Facebook kayak gitu jadi bahan rasan-rasan gitu lho. Jadi ya kadang kayak gitu bikin kita semangat lagi. Selama kita apa ya memaksimalkan dan peka terhadap situasi sekitar ya masih bisa kok. Kayaknya saya sempat denger atasan saya bilang. Kalau misalnya cetak, koran cetak itu harus tutup di Jogja kita pengen yang terakhir tutup. Simpel itu sebenarnya tapi lumayan apa ya mengena lah. Gitu. Tapi lama kayaknya masih lumayan. Atau nanti beralih ke koran digital jadi tetep tampilan koran tapi dia kayak *epaper* gitu. Transisinya kalau fisik kalau saya sih optimisnya masih, masih bisa. Cuma apa ya mungkin halamannya yang semakin berkurang, iklannya yang semakin berkurang, ukurannya terus kualitas cetak, kualitas kertas karena dia menyesuaikan *cost* kan terus menyesuaikan apa ya pokoknya menyesuaikan biaya produksinya lah gitu. Tapi nggak tau nanti akan jadi seperti apa gitu nggak tau tapi akan terus beradaptasi lah. Optimis kalau saya.

**P:** Apakah wartawan ada batas waktu untuk setor berita?

**N:** Ada. Kita itu ada sesi satu dan sesi dua. Itu kalau 16 halaman. Jadi kayak dua kopel gitu lah. Itu kaitannya sama percetakan. Jadi percetakan itu dia harus menerima file kalau nggak salah jam 11/12 (malam) lah maksimal jam 1 (malam) lah ya. Jam 1 itu dah mepet banget. Jadi bahan itu di *layout* paling enggak jadi jam 10/11 (malam) buatantisipasi kalau ada yang salah atau ada yang apa gitu. Untuk ngedit berita katakanlah 1 halaman gitu 2-3 jam. Paling enggak jam 7/8 malam. Tapi kita selalu menekankan ke wartawan seawal mungkin. Selama data itu sudah lengkap ya nggak usah nunggu sampai malem, dikirim aja gitu. Kita kayaknya maksimal jam 6 deh. Jam 6 jam 7 gitu kayake. Kecuali kondisi-kondisi tertentu yang itu terutama untuk halaman 1. Kalau misalnya ada Jokowi. Jokowi datengnya kok jam 8/9 gitu ya nanti komunikasi sama editornya. Bisa ditungguin sampai jam 11/12 malem bisa. Tapi editor sudah merencanakan itu lho. Maksudnya ini *frame*-nya akan seperti ini jadi ketika bahan itu masuk dia sudah cepet gitu. Nggak perlu butuh waktu lama. Pokoknya misalnya mas ini ada Jokowi atau misalnya ada apa ya korban hanyut gitu. Belum ketemu misalnya. Dapet kabar jam 9/10 (malem) wah ini ketemu nih gitu kan itu HL tu sayang kalau misalnya dilewatkan kan. Oke kamu ke

lapangan misalnya. Saya butuh wawancara keluarga, wawancara SAT, kronologis. Tak tunggu sampai jam 11/12 (malem) gitu. Bisa sampai malem.

**P:** Tergantung situasi ya.

**N:** Ya tergantung *news value*-nya juga. Kalau misalnya cuma acara apa ya ramah tamah, penyerahan apa atau jumpa pers yang nggak terlalu ini ya nggak ditunggu, ditinggal buat besok misal buat berita kecil. Ditinggal bisa acaranya jam 9/10 (malem) kalau acara kecil ya ditinggal. Dia cuma masuk online.

**P:** Berarti di media cetak diulas secara mendalam daripada di media online.

**N:** He'em. Kalau online itu kan kecepatan. Online kecepatan, kalau cetak kelengkapan gitu. Bukannya online mengesampingkan mutu ya tapi biasanya cepat tapi setelah itu harus dilengkapi. Jadi berita awal harus udah keluar kalau online. Misalnya ada kecelakaan di depan kalau nunggu sampai polisi ngasih keterangan ya bisa 1-2 jam lagi kan. Nah itu bisa kita cuma dari pandangan mata dan saksi misalnya satpam hotel, itu tadi gimana pak ini ini ini, foto udah langsung 5 menit dia harus keluar di online. Nah kalau cetak nggak bisa pakai bahan itu. Kalau cetak harus nunggu dari polisi, olah TKP seperti apa, identitas korbannya atau apa apa apa gitu. Cetak harus seperti itu. Gitu. Kalau online bisa pandangan mata tapi setelah itu dilengkapi ya, nggak cuma terus gitu tok habis itu dijarke gitu nggak boleh, harus dilengkapi juga. Nanti dibikin kayak *tag* itu lho jadi banyak gitu nah itu nanti hubungannya sama ini sama kuantitas berita sama kliknya itu. Itu anak online yang paham, aku nggak tau. Strategi marketing itu juga.

**P:** Apakah ada pemberian *reward* atau *punishment* kepada editor, seperti apa?

**N:** Eee kalau saya setaun ini kebetulan belum pernah melakukan ini ya pelanggaran atau apa jadi *punishment* alhamdulillah belum pernah tapi kalau misalnya setau saya, setau saya kalau misalnya ada editor yang melakukan pelanggaran misalnya keliru gitu keliru tanggal atau judulnya kurang satu huruf itu biasanya kadang ya diingatkan ya lisan gitu dari pimred. Kayaknya cuma sebatas itu sih. Kalau sampai kayak SP itu belum, belum pernah. *Reward*-nya apa ya, *reward*-nya itu nggak ada kayaknya secara khusus nggak ada. Secara personal itu kayaknya juga nggak ada. Misalnya editor bisa apa ya bisa membuat berita yang cetar gitu atau apa gitu ya biasa aja. Nggak, nggak ada. Soalnya kalau insentif bonus itu semua jadi nggak per individu. Dulu itu pernah diterapin sistem seperti itu wartawan. Jadi misalnya satu bulan targetnya 150 berita itu nah tapi kayaknya habis itu udah nggak. Soalnya kadang beberapa ngejar kuantitas. Jadi ngejar banyak tapi kualitasnya jadi agak dikesampingkan. Itu ya mungkin kalau naik jabatan itu *reward* yang tak terlihat tapi nyata istilahnya. Kalau misalnya saya nih saya editor, ada temen saya

editor. Editor A, editor B gitu dari pimred pasti akan melihat saya. Melihat kualitas saya, pimred juga akan membaca halaman yang kita tata gitu. Ya mungkin ada potensi untuk saya naik ke jabatan yang lebih tinggi dengan melihat apa ya melihat prestasi gitu dan mempertimbangkan apa namanya ketelitiannya lah. Kalau saya sering salah atau misalnya sering keliru mungkin ya agak dikesampingkan ya, ditugaskan yang lebih teliti. Tapi itu kan jangka lama nggak rutin mingguan atau bulanan secara langsung misalnya *reward*-nya kamu langsung dapet bonus misalnya berapa gitu.

**P:** Oke, lanjut. Ini mungkin jadi pertanyaan terakhir mas. Apakah akan ada inovasi terbaru dari Tribun Jogja sendiri di era multiplatform ini?

**N:** Kalau ini lebih ke perusahaan ya mbak ya. Ya itu sih kalau saya sebagai redaktur ya multiplatform itu jelas maksudnya tetep produk kita dari *live streaming* terus apa namanya liputan-liputan investigatif yang dikemas video gitu lebih ke apa ya urban lah ya kayak Vice gitu. Kalau saya sih pengennya kayak gitu soalnya makin kesini pembaca kita itu semakin pintar dan generasi-generasi pembaca cetak itu berkurang karena udah tua kan. Jadi makin kesini kan generasi kita ya generasi yang apa-apa HP gitu. Ya dan mereka itu biasanya peka dengan perubahan sosial, fenomena sosial jadi kita harus mengikuti itu. Jadi hal yang selama ini dianggap tabu ya arahnya kesana kalau saya sih kayak Vice hal-hal unik gitu lah yang kadang berbau tradisional kuno tapi dikemas dengan asik gitu, modern. Soalnya ya kita menyiapkan produk ya harus tau konsumennya dong. Konsumennya selernya kayak gini ya masa kita mau bertahan terus sama cetak ya, suruh baca terus gitu enggak. Sekarang kan kita mainnya gedein fotonya, gedein grafisnya gitu. Soalnya orang udah males baca. Koran apalagi ya kecuali mbaknya ke bank atau ke kantor lagi jenuh gitu. Itu pun nggak selalu kan baca koran. Gitu jadi kita seringnya paragraf pertama udah tau jadi nggak perlu baca banyak. Dari grafis, *point to point*, foto gitu.

**P:** Mungkin itu saja mas pertanyaannya. Atau dari mas sendiri ada tambahan lagi tentang media cetak?

**N:** Dah cukup sih mbak. Kalau saya sih kadang miris juga kalau misalnya ada beberapa media yang membuat berita tidak pantas lah ya yang entah namanya *clickbait* atau namanya dia terlalu mengekspos korban misalnya hal-hal yang sebenarnya nggak etis gitu lah terutama media-media online ya. Saya tidak sok suci gitu, Tribun kan sebenarnya dicap sebagai media yang kadang itu asal-asalan gitu beda dengan kayak Kompas gitu misalnya agak lebih tertata mereka. Kadang kalau Tribun mana kayak Tribun Manado, Tribun mana gitu kadang berita yang receh-receh gitu lho maksudnya bukan jurnalis

banget gitu kadang menjadi aduh gitu. Tapi di satu sisi saya menyadari bahwa demi visitor kayak gitu. Jadi kita kadang dihadapkan pada situasi yang sulit gitu. Itu aja sih.

#### **D. Yuwantoro Winduajie (Reporter Tribun Jogja)**

**P:** Oke, dimulai saja wawancaranya. Boleh perkenalkan diri terlebih dahulu mas.

**N:** Oya. Nama saya Toro, saya saat ini bekerja sebagai reporter di Tribun Jogja.

**P:** Udah berapa lama mas jadi reporter di Tribun?

**N:** Sebelum di Tribun kan aku kalau di Tribun sih masih baru ya masih lima bulanan tapi sebelumnya aku udah pernah kerja jadi reporter juga di Radar Jogja. Udah setahun hampir satu setengah tahun lebih lah. Jadi mungkin udah dua tahunan jadi wartawan. Tapi dulu di Radar Jogja dulu.

**P:** Apakah Anda setuju dengan pendapat semakin lama surat kabar konvensional semakin sedikit pembacanya?

**N:** Mmm kalau aku sih setuju sih kayaknya. Soalnya kan kalau dilihat dari histori yang histori media cetak itu kan perlahan-lahan mulai berguguran. Terus kayak semua orang udah mulai beralih ke online juga sih perlahan-lahan kayak yang media-media besar kayak Tempo gitu kan dulu kan majalahnya kuat banget *to* tapi sekarang udah nggak mulai eee tapi yang cetaknya udah nggak terbit lagi udah digantiin sama format digital. Terus kalau biaya operasionalnya kan kalau yang cetak itu kan katanya lebih tinggi juga *to*. Harus bangun percetakan, terus pegawai sirkulasinya juga harus banyak. Kalau online kan cuma kayak editor, *uploader* terus nggak butuh pabrik percetakan kayak gitu cuma untuk bangun ruang digital aja, jadi ya menurutku sih ya perlahan-lahan akan digantikan sih. Gitu mbak.

**P:** Baik baik. Lanjut, pernah mendengar konvergensi media mas?

**N:** Belum mbak. Itu apa dong?

**P:** Oh ya. Jadi konvergensi media itu satu perusahaan media memiliki banyak istilahnya cabang dari cetak, online misalnya ada radio, ada TV.

**N:** Terus gimana, pendapat gitu ya?

**P:** Iya pendapat. Kalau boleh pendapat masnya mengenai konvergensi media tersebut.

**N:** Kalau konvergensi media sih menurutku cara media buat *survive* aja saat ini kan sekarang kan format pemberitaan kan macam-macam *to* ada bisa lewat Instagram, bisa lewat Facebook, Twitter terus lewat Youtube terus yang media cetak juga ada jadi cuma apa ya cara untuk menarik hati pembaca. Pembaca informasi itu sendiri dengan media yang seluas-luasnya. Gitu mbak.

**P:** Kemudian platform yang aktif digunakan dalam pemberitaan di Tribun Jogja itu selain cetak, online terus ada apa aja ya mas? Apakah cetak dan online aja?

**N:** Iya sih mbak, dua itu sih tapi kita juga ada apa ya kayak tugas untuk buat wawancara eksklusif seorang tokoh gitu jadi kalau bisa nanti produknya itu kayak acara *talkshow live streaming* gitu mbak.

**P:** Kemudian, sekarang masnya di *desc* apa ya kalau boleh tau?

**N:** Oh di provinsi mbak.

**P:** Oh di provinsi. Selama lima bulan ini di provinsi?

**N:** Ya dari awal masuk Tribun ditempatkan di provinsi tapi yang di Radar aku juga di provinsi sih.

**P:** Oke oke. Bagaimana rutinitas produksi berita dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di Tribun Jogja mas? Boleh diceritakan.

**N:** Khusus yang tol itu ya mbak?

**P:** Iya, kebetulan saya di isu tol.

**N:** Tapi dari sisi pemangku kepentingannya sih biasanya kayak dari pemerintah daerahnya. Kalau yang di angka rumput biasanya wartawan daerah biasanya yang ngepos di kabupaten kota. Misalnya cari orang yang terdampak itu mereka. Misalnya kalau *update-update* misalnya apa ya jalurnya mau lewat mana aja kan dari pemerintah to biasanya aku yang nulis kayak gitu, tapi kalau di Tribun selama ini aku belum pernah apa ya kayak rapat redaksi khusus bahas pembangunan tol itu sih cuma ya cuma biasa aja kayak di Whatsapp redaktur di japri nih *update* tolnya dong. Ini belum ada *update* lagi coba di *update* tanya tanya lagi gitu. Gitu sih.

**P:** Kalau rutinitas produksi beritanya boleh diceritain mas dari awal perencanaan terus sampai nanti beritanya itu naik.

**N:** Ooo kalau aku sih biasanya kan pagi pagi disuruh *listing* semua ya kayak *listing* di grup Whatsapp itu di kantor, grup Whatsapp kantor kayak rencana liputannya mau kemana aja terus nanti dari *listing* itu biasanya dikomen sama redaktur ini berita yang ini tolong di apa diperdalam bro gitu. Terus kalau misalnya aku belum paham sama isunya aku baca baca dulu ke pemberitaan-pemberitaan sebelumnya. Nggak ada yang spesial sih kayake.

**P:** Lanjut aja ya. Kemudian tahap perencanaannya tadi dari reporter sendiri *listing listing* kayak gitu ya mas.



**N:** Iya mbak. *Listing* kan sehari kita disuruh ngirim enam berita. Enam berita itu tiga isu yang berbeda gitu mbak. Nah itu nanti dikasih tau lewat grup apa sih yang mau kita liput itu hari itu. Jadi komunikasi lewat grup itu mbak.

**P:** Kemudian apa saja yang dibahas dalam ruang redaksi atau newsroom? Apakah reporter ikut rapat redaksi?

**N:** Oh aku kebetulan di Tribun baru sekali ikut rapat redaksi mbak soalnya kan COVID *to* terus jadinya itu sempat dihilangin tapi kan ini udah agak lama gitu kan jadi nggak pernah rapat terus mau diaktifin lagi rapat-rapat kayak gitu. Jadi aku baru sempet ikut sekali mbak. Terus isinya tu ya cuma apa ya kemarin tu nggak ada masalah bahas isu-isu tertentu sih mbak cuma bahas apa target wartawan, target wartawan setiap harinya gitu. Target pemberitaan wartawan gitu mbak.

**P:** Oke mas. Kemudian fasilitas apa saja yang disiapkan oleh kantor maupun individu dalam melakukan liputan?

**N:** Kalau di Tribun tu dikasih *handphone* sih mbak tapi itu disubsidi sih nggak dikasih jadi dipotong setengah harga gitu. Jadi kantor tu bayar setengah dari harga hpnya gitu mbak. Soalnya kan di Tribun ada kewajiban buat tiap hari tu ngirim satu video, video apa ya peristiwa gitu lho nanti udah ada yang ngedit sih nanti. Jadinya kan suruh ngirim enam berita, tiga isu sama satu video juga mbak. Potongan-potongan gitu sih mbak nggak kayak yang buat tayang di TV cuma kayak buat Instagram, Facebook gitu cuma lima detik lima detik tapi banyak *angle* yang ringan-ringan sih buat isi konten media sosial aja mbak biar aktif biar ada setiap hari.

**P:** Berarti reporter selain tulisan itu juga harus ada foto dan video gitu ya mas.

**N:** Iya mbak. Videonya wajib juga sih tiap hari naruh ke KPI sih namanya. KPI tu kayak apa ya pengumpulannya... apa sih kepanjangannya. Pokoknya kayak produktivitas wartawan, nilai produktivitas wartawan gitu mbak.

**P:** Ooo oke oke. Dalam Tribun Jogja reporter tu bertugas untuk semua platform ya.

**N:** Iya mbak. Kalau dulu sih katanya dipisah, cetak sama online sempat dipisah tapi sekarang digabung jadi satu semua. Dulu tu ada wartawan online sama cetak gitu misah tapi sekarang jadi gabung semua mbak. Oh yang beda tu redaktornya. Kalau redaktur online tu ada sendiri, kalau redaktur cetak ada sendiri. Redaktur cetak tu nanti kerjanya sore-sore gitu, sore sampai malem. Kalau yang online tu piket gitu biasanya. Jadi pagi sampai malem gitu ada yang *standby* yang buat ngedit ngedit berita.

**P:** Terus kalau untuk deadlinenya gimana mas? Boleh diceritakan. Deadline ke cetak dan deadline ke online tu apakah beda?

**N:** Sebenarnya sama sih soalnya kan udah nggak ada pengelompokan lagi kamu tu wartawan cetak, kamu tu wartawan online jadi begitu dapet berita ya harapannya langsung diketik. Jadi beritanya *real time* dan langsung bisa diupload di online. Ya nanti yang buat dicetak itu nanti kumpulan-kumpulan pemberitaan di media online tapi disadur buat dimasukin ke cetak.

**P:** Kalau untuk setor gitu mas, deadlinenya?

**N:** Nggak ada sih harus secepat mungkin sih. Harus soalnya kalau ada peristiwa kita langsung ngetik. Jadi ya kadang habis wawancara tu langsung ditulis mbak, langsung diketik. Tapi kalau online ya eh kalau cetak itu sampai jam sembilanan sih mbak biasanya. Misalnya ada kejadian malem terus peristiwanya mau dimuat di cetak nanti bakal ditunggu lah paling jam sembilan sampai sepuluh gitu.

**P:** O ya ya. Kemudian penentuan anggota tim redaksi itu dari manajer liputannya ya mas atau reporter boleh minta sendiri di *desc* mana gitu.

**N:** O ya suka suka manajer liputan itu.

**P:** Rollingnya juga gitu mas?

**N:** Iya, rollingnya ya sesuai kebutuhan mereka aja gitu.

**P:** Kemudian, apakah ada perbedaan tahap pelaksanaan antara sebelum pandemi dan sekarang mas?

**N:** O bedanya cuma jarang rapat redaksi sih sebenarnya. Kalau koordinasi semuanya lewat grup Whatsapp. Terus aku pindah Tribun hampir sama kayak pas di Radar waktu saat pandemi. Cuma bedanya sih cuma pas rapat redaksinya sekarang udah agak jarang sih mbak.

**P:** Apakah ada kriteria atau karakteristik tertentu dalam meliput, menulis, menyunting hingga publikasi berita di Tribun Jogja?

**N:** Hmm cara nulisnya gitu ya mbak. Kalau di Tribun itu instruksinya kalau nulis per paragraf tu jangan terlalu gemuk lah. Jadi kalau satu paragraf itu satu atau dua kalimat aja. Jadinya pendek-pendek gitu. Soalnya tu untuk keperluan apa ya tampilan di *handphone* gitu mbak. Nanti kan kalau kaitannya kalau paragrafnya pendek tu nanti tampilannya jadi nggak enak dibaca gitu kalau di HP. Pertimbangannya itu sih. Kalau di cetak kan nggak papa paragrafnya panjang-panjang gitu kan yang penting ada layoutnya cukup gitu. Kalau yang di Tribun ini instruksinya kayak gitu yang buat berita online. Nanti kalau yang cetak nanti biar redaktornya aja yang ngedit jadi supaya format cetak gitu mbak.

**P:** Kemudian proses meliput, menulis, menyunting itu biasanya butuh waktu berapa lama mas?

**N:** Tergantung sih mbak. Kalau paham isunya, kalau isu-isu ringan itu paling ya cuma 30 menit. Kalau yang panjang, aku nggak terlalu paham isunya terus *njlimet* gitu bisa 1-2 jaman mbak satu berita itu.

**P:** Bagaimana mas sistem kerja jurnalis atau reporter di era multiplatform ini?

**N:** Kita dituntut bisa segala hal sih mbak. Kayak disuruh *live streaming* terus suruh bikin video terus harus kerjanya real time jadi ada kejadian langsung ketik di lapangan. Habis ketemu narasumber langsung ditulis gitu mbak. Lebih dinamis lah rasanya daripada dulu pas aku di Radar Jogja. Kalau di Radar mah pas udah malem gitu ya jam jam redaktornya kerja itu udah santai, udah nggak bakal di apa dihubung-hubungin suruh nambahin berita. Kalau online kan, Tribun kan lebih kenceng onlinenya kan terus kalau malem ya ada peristiwa ya harus dikejar gitu. Jadi lebih rasanya lebih dinamis.

**P:** Kemampuan apa saja yang harus dimiliki jurnalis ketika menerapkan multiplatform?

**N:** Ya harus bisa nulis cepat sih apalagi ya. Kalau di cetak kan bisa apa ya dikumpulin dulu tuh semua datanya terus nanti sore sebelum *deadline* baru mulai diketik. Kalau online kan harus langsung. Begitu ada kejadian harus langsung ditulis gitu mbak.

**P:** Berarti reporter itu dituntut untuk *multitasking* dalam melakukan liputan untuk berbagai platform.

**N:** Iya mbak. Jadi kayak selain nulis apa nyari data berita juga bikin video yang tadi aku bilang itu mbak. Jadi kadang wawancara ya sambil ngeshoot muka narasumber lah terus nanti mikirin cari *bumper* video kayak pemandangan-pemandangan gitu. Jadi mikirnya buat nggak konten berita aja tapi juga konten video-video kayak gitu mbak buat ngisi medsosnya Tribun.

**P:** Kalau di medsos itu reporternya yang nulis atau ada timnya sendiri mas yang isi *caption*-nya itu?

**N:** Kalau yang ngedit sih ada sendiri yang ngedit video. Kalau yang *caption*-nya biasanya ngambil dari tulisan wartawan mbak tapi nanti yang nyortir ya orang editornya. Biasanya *caption*-nya tu dari pemberitaannya sih mbak, berita yang ditulis wartawan nanti kan dipotong-potong yang intinya aja gitu buat *caption*.

**P:** Menurut Mas Toro lebih penting mana antara kecepatan atau ketepatan berita?

**N:** Kalau aku sih dua-duanya mbak, tapi kalau di Tribun sih kalau di online sih memang butuh kecepatan sih. Terus nanti kalau tapi nanti juga nggak asal simpen sih tapi berita

awal kita juga harus dilengkapin, didalami lagi nanti kita harus cari narsum lain untuk memperkuat data dalam pemberitaan kita gitu mbak.

**P:** Apakah ada hambatan ketika reporter turun lapangan ketika pandemi seperti ini?

**N:** Sekarang sih udah nggak terlalu ya. Kalau dulu kan sempat jadi sepi banget kan gara-gara ada *work from home* terus jadi istilahnya kayak susah nulis buat ketemu narasumber gitu mbak secara langsung. Tapi kalau narasumbernya enak dihubungi ya ndak masalah tapi kan narasumbernya yang harus ketemu itu kan susah kan kalau lagi pandemi. Itu doang sih mbak.

**P:** Apakah ada pemberian *reward* atau *punishment* kepada reporter? Seperti apa atau berupa apa?

**N:** Kalau *reward* sih apa ya kalau bikin apa ya bikin video terus banyak yang nonton kadang dikasih kota gitu sih. Itu *reward* bukan sih? Digantiin gitu. Selain video kan juga suruh bikin *live streaming* ya terus nanti kalau misalnya banyak yang nonton nanti kadang diganti juga sih katanya. Tapi aku belum pernah dapet kayak gitu. Belum pernah bikin soalnya, *live streaming*-nya.

**P:** Kalau *punishment*-nya mas seperti apa ya?

**N:** *Punishment* sih paling di apa ya misalnya, misalnya nih ada wartawan ketahuan nerima amplop itu ya paling sih setauku nanti dipanggil sama manajer liputannya tapi nggak tau diapain, dinasehati lah paling. Aku belum pernah soalnya dan belum pernah denger yang lain tu pernah kayak gitu.

**P:** Apakah ada saran atau kritik bagi perusahaan media yang tengah menerapkan multiplatform?

**N:** Sarannya sih ya kadang sih ya kalau terjadi media multiplatform tu emang agak capek sih kayak banyak banget tuntutananya gitu. Kayak dituntut bisa ambil video terus jadi kayak macam *news anchor* gitu walaupun cuma amatiran. Itu cukup memberatkan sih seperti itu. Terus ya sarannya ya jangan semua dibebankan ke wartawan gitu sih mbak kecuali ada kompensasi gitu sih mbak.

**P:** Menurut Anda seberapa pentingnya sih perusahaan media menerapkan konsep jurnalisme multiplatform?

**N:** Pentingnya sih ya salah satu cara media buat bisa bertahan sih. Soalnya orang Indonesia itu kan kesadaran untuk membeli informasi itu kan nggak ada mereka cuma mau yang gratisan terus ya oke kita bikin konten sebanyak-banyaknya itu untuk mencari klik buat jadi pemasukan perusahaan gitu mbak. Jadi emang jadi bagian media di Indonesia untuk bisa terus bertahan di era digital gini sih kalau menurut aku.

**P:** Oke baik mas. Itu tadi sebenarnya udah pertanyaan terakhir. Mungkin ada tambahan lagi dari Mas Toro?

**N:** Nggak ada. Nggak ada sih mbak.

**P:** Mungkin itu saja mas pertanyaan-pertanyaan dari saya. Makasih Mas Toro udah meluangkan waktunya.

## **KEDAULATAN RAKYAT**

### **A. Octo Lampito (Pemimpin Redaksi Kedaulatan Rakyat)**

**P:** Boleh perkenalkan diri bapak terlebih dahulu.

**N:** Saya Octo Lampito pemimpin redaksi Kedaulatan Rakyat dan [krjogja.com](http://krjogja.com).

**P:** Sudah berapa lama bapak bekerja di KR?

**N:** Hampir 20 tahun.

**P:** Boleh diceritakan jenjang karirnya seperti apa?

**N:** Jenjang karirnya saya dimulai dari reporter. Reporter olahraga kemudian saya menjadi redaktur olahraga, redaktur macam-macam. Kota, redaktur mingguan kemudian juga setelah itu naik jadi redaktur pelaksana, naik jadi wapemred, wakil pemimpin redaksi dan kemudian menjadi pemimpin redaksi.

**P:** Penelitian saya kan tentang jurnalisme multiplatform ya pak, apakah bapak pernah mendengar tentang konvergensi media?

**N:** Sudah.

**P:** Bagaimana tanggapan bapak mengenai konvergensi media?

**N:** Saya kira teknologi sekarang ini tentu tidak bisa dielakkan lagi kan konvergensi media ini. Artinya bahwa ketika sekarang ini seorang wartawan bisa macam-macam, multiplatform. Teknologi media harus begitu.

**P:** Di KR, platform apa saja yang aktif digunakan dalam pemberitaan?

**N:** Dalam pemberitaan yang digunakan adalah cetak, online, kemudian radio.

**P:** Oh, ada radio juga.

**N:** Ada radio juga. Sosmed ada, kita ada.

**P:** Sejak kapan menerapkan konsep multiplatform?

**N:** Sudah lama ya konsep multiplatform ini. Sudah 6 tahun, 7 tahun yang lalu. Enam tahun lah. Enam tahun, tujuh tahun lah. Lama. Ketika muncul online kita sudah mulai masuk ke sana gitu.

**P:** Apakah bapak setuju dengan pendapat semakin lama surat kabar konvensional itu semakin sedikit pembacanya?

**N:** Saya setuju tetapi tidak habis lho ya. Sedikit berkurang memang iya, berkurang iya cuma tetap saja saya yakin, saya percaya bahwa orang akan tetep dengan media cetak itu meskipun bentuknya kayak apa tapi tetep aja dia nggak bisa hilang. Karena kenapa? Karena menurut saya orang sekarang kadang-kadang ketika situasi begini orang membaca online tu kadang-kadang nggak percaya, bener nggak sih? Ketika banyak medsos, bener nggak sih? Hoaks udah setiap hari ada hoaks. Berapa ribu yang ditemukan oleh eee yang bisa dicari data-data berapa ribu hoaks yang ada di Indonesia dari Kominfo itu, ya nggak? Orang kemudian pasti nggak bisa ninggalin.

**P:** Oke, baik pak. Apakah Kedaulatan Rakyat mengalami banyak kendala karena mudahnya akses berita di internet?

**N:** Kendala sih enggak. Kendalanya ya cuma harus penyesuaian kan. Temen-temen kendalanya tu penyesuaian dari platform cetak ke platform digital. Bahkan kita juga punya Kedaulatan Rakyat TV lho, video. Youtube ada, di TikTok ada untuk berita juga. Mungkin bisa dilihat Kedaulatan Rakyat TikTok gitu. Jadi kita multiplatform juga.

**P:** Bagaimana rutinitas produksi berita dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di KR?

**N:** Kita selalu rutin ya karena kita selalu ada ketika ada *update-update* terus kita.

**P:** Bagaimana tahapan perencanaan dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen?

**N:** Tentu kita meliput mulai dari awal rencana omongan gubernur misalnya. Omongan Menteri PU kemudian setelah itu mulailah rencanakan daerahnya. Kita ikutin terus. Kemudian mulailah ada masalah-masalah itu, kita ikut juga kita liput. Tentang ganti rugi bukan ganti rugi, ganti untung karena mereka ternyata banyak yang menginginkan untuk digunakan itu. Justru kalau jaman dulu kan orang nggak suka to sekarang malah suka. Saya punya temen-temen saya yang ada yang dapet ini.

**P:** Kalau di KR itu ada berapa manajer pak seperti manajer liputan terus manajer yang lain?

**N:** Kita semuanya kan ini mbak. Jadi redaktur pelaksana itu membawahi redaktur masing-masing. Redaktur Sleman, redaktur kota, redaktur Kulonprogo kemudian setiap halaman tu ada redaktornya. Bisa diitung aja nanti di lembar koran itu.

**P:** Ooo ya ya. Apa saja yang dibahas dalam ruang redaksi atau *newsroom*?

**N:** Ya tentu satu kebijakan-kebijakan materi muatan. Kemudian kebijakan-kebijakannya. Materi muatan kemudian kebijakannya dan evaluasinya.

**P:** Seperti apa pak, boleh diceritakan.



**N:** Misalnya kalau kebijakan misalnya ada liputan tadi misalnya. Oh ini ada liputan tentang apa rencana sekolah tatap muka hari ini. Kemudian apa sih kendala-kendalanya kita bahas. Terus kemudian kita tugaskan, penugasan. Setelah itu evaluasi sesuai nggak. Udah contohnya.

**P:** Siapa saja yang ikut dalam rapat redaksi?

**N:** Ya redaksi, anggota redaksi. Wartawan, reporter.

**P:** Berarti dari pemimpin redaksi, wartawan.

**N:** Semuanya terlibat kan cuma ketika penugasan tu kan yang di lapangan reporter. Itu dalam rapat pemimpin redaksi terlibat juga.

**P:** Kalau yang rapat redaksi dalam ruangan begitu pak?

**N:** Iya, tetap terlibat semuanya. Redaksi semua. Ruang dan non ruang juga tapi kebanyakan yang ditangani di bawah redaktur pelaksana.

**P:** Penentuan *angle* berita mengenai liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen seperti apa ya?

**N:** Iya, itu kita diskusikan kan kira-kira apa yang menarik dari diskusi itu. Misalnya, ada yang tidak puas kaitannya dengan ganti rugi ada juga kita muat tapi ada juga yang mengharapkan. Kemudian ada juga mana sih tempatnya, lokasi. Orang kan perlu tau juga lokasinya di mana gitu. Biayanya berapa.

**P:** Fasilitas apa saja yang disiapkan oleh kantor dalam melakukan liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen?

**N:** Fasilitas itu masing-masing udah punya kok kalau kendaraan tu mereka sudah punya. Fasilitas apa? Karena kalau cuma liputan itu kan nggak perlu asuransi segala kan, nggak ada. Biasa-biasa aja. Itu kan hanya liputan-liputan yang menurut saya biasa bukan yang harus eee terjun apa katakanlah Merapi.

**P:** Kalau misalnya HP, laptop itu disediakan?

**N:** Oh enggak sendiri-sendiri. Pada punya kok. Kalau mereka nggarap di sini ada komputer-komputer ada. Kalau di luar kita nggak menyediakan. Mereka dengan *handphone* itu udah bisa berfungsi banyak kok, multiplatform to. *Handphone* itu udah tau sendiri kan udah bisa ini. Udah itu jadi nggak usah ada laptop. Laptop mereka punya sendiri tapi kalo di sini juga ada nyediakan cuma tidak harus setiap orang, enggak. Kita tertentu aja tapi masing-masing udah kalau komputer ada semuanya. Kalau biasa mereka nggarap dari rumah udah pake *handphone* udah jadi kok.

**P:** Di KR itu apakah reporter bertugas untuk semua platform atau hanya platform cetak sendiri, online sendiri?

**N:** Bisa sendiri, bisa bareng-bareng liat materinya. Kalau materinya tu layak untuk online dia bisa masuk online, iya kan. Misal kalau sekedar bakti sosial itu mungkin nggak perlu masuk online. Masuk online tu yang butuh aja.

**P:** Ada kriteria tertentu nggak pak antara yang masuk cetak mana yang masuk online mana?

**N:** Iya ada dong, yang cetak tu yang cepet yang perlu cepet eh maksudnya yang online tu yang perlu cepet gitu. Cepet kan ada kebakaran nanti berapa jam lagi udah ruginya berapa, korbannya berapa kayak gitu. Terus kan online terus.

**P:** Oh berarti kalau berita di online itu nanti diperdalam di cetak. Apakah ada perbedaan antara tahap perencanaan platform satu dengan platform lainnya?

**N:** Maksudnya apa?

**P:** Tahap perencanaan antara platform cetak dengan platform online itu beda atau sama ya pak?

**N:** Beda tapi hampir ada sama ada bedanya. Kalau cetak kan, kalau online kan mengejar kecepatan to tapi data tetap harus sama. Semua data harus valid. Kalau cetak itu lebih banyak ya itu tadi lebih mendalam.

**P:** Bagaimana penentuan anggota tim redaksi dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen?

**N:** Oya kira-kira reporter yang mengikuti terus gitu lho. Ada kan wartawan yang ditugaskan ngikutin terus. Dia tertarik di bidang itu. Ngikutin terus. Ada yang ke olahraga ya nggak kita tugasin. Jadi artinya sudah bidangnya masing-masing ada. Misalnya temen-temen yang biasa membidangi liputan-liputan umum itu masuk.

**P:** Yang menentukan pengorganisasian itu bapak sendiri?

**N:** Redaktur pelaksana ada tapi biasanya *acc* nggak pemred gitu, redaktur pelaksana. Kalau sampai yang detail itu saya tapi kan kalau itu kan hanya liputan-liputan menurut saya liputan-liputan biasa itu mbak. Nggak usah di ini aja udah jalan dari sana.

**P:** Untuk kriteria penentuan tadi tergantung minatnya si wartawan.

**N:** Minat dan mungkin selama ini ngikutin terus nggak gitu.

**P:** Kalau yang pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen itu masuknya di daerah ya pak?

**N:** Liat dulu. Kalau acaranya di Bawen ya masuk Jawa Tengah. Kalau acaranya yang di Sleman ya masuk Sleman, halaman Sleman gitu. Liat materinya.

**P:** Apakah dilakukan *rolling* pak?

**N:** Hmm sesekali *rolling* nggak papa, di-*rolling* tapi *rolling* hanya di sini aja. Hanya kalau misalnya ini nggak bisa ya kita *rolling* gitu tapi kalau ada tetap yo biar dia terus tapi suatu

saat kan mungkin dia ada acara yang kemana ya nggak bisa hadir kemudian digantiin. Tidak harus lah.

**P:** Kalau boleh tau itu berapa bulan sekali atau setahun sekali?

**N:** *Rolling* nggak ada cuma gini lho waktunya nggak ada cuma kita kira-kira kalau anak-anak, kita lihat sekarang kalau reporter kayaknya udah jenuh kita pindah. Bisa juga 3 bulan sekali, bisa juga 2 bulan sekali, bisa juga 6 bulan sekali. Kita liat keliatan kok reporter kalau udah jenuh meliput itu.

**P:** Kalau untuk manajemennya, manajemen media cetak dan manajemen media online itu digabung atau dipisah ya?

**N:** Kalau pemimpin redaksi selama ini di KR sama tapi untuk kemudian redaktornya udah beda. Jadi tingkat redaktur kan pemred, wapemred, redaktur pelaksana. Ini ada lagi namanya redaktur. Redaktur cetak dan redaktur online udah lain.

**P:** Oke lanjut bapak. Dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen apakah media online sebagai *support* saja atau sebagai suatu kanal utama bersama cetak?

**N:** Ya tetep kanal utama kan, bareng-bareng to ngikutinnya. Terus sama kok online sama, tetep di online juga banyak kok. Pembacanya juga banyak kita.

**P:** Kalau online tu di krjogja.com ya. Bagaimana rutinitas produksi berita dari pencarian berita hingga publikasi berita?

**N:** Ya tetep to, rencana, perencanaan. Perencanaan itu bisa ide diri sendiri atau direncanakan oleh tim. Kemudian meliput. Peliputan kemudian setelah itu kumpulin berita. Kemudian *editing* atau kemudian lanjut ke redaktornya.

**P:** Kalau untuk ini pak untuk reporter ada jam setor berita?

**N:** *Deadline*? Ada, ada semuanya ada. Misalnya kalau halaman berapa, halaman dalem kan ada dua cetaknya dua kali kalau cetak ya. Ada dua sesi kan yang pertama itu jam 5 harus selesai yang kedua jam 11 harus selesai. Cetaknya dua kali kan kalau KR itu. Dari halaman 9-16, 20, 1-8.

**P:** Percetakannya itu di mana pak?

**N:** Di Jalan Solo mbak.

**P:** Kalau cetak itu disetornya mulai jam berapa pak?

**N:** Ya itu tadi. Misalnya halaman dalem tu misalnya ya tadi cetaknya jam 5 pokoknya jam 7 tu harus sudah setor ke sana. Jam 11, jam 12 harus udah setor ke sana. *Deadline* ya istilahnya, *deadline* cetak.

**P:** Apakah ada perbedaan pelaksanaan antara sebelum pandemi dan saat pandemi ini?

**N:** Iya, ada banyak. Misalnya kalau rapat tidak harus tatap muka tapi online, bisa WA. Pernah rapat pake Zoom.

**P:** Kalau untuk konten-kontennya baik di cetak maupun online ada perbedaan nggak pak? Ada yang ditambahkan atau dikurangkan?

**N:** Iya, intinya kan kalau cetak kan lebih detail to, lebih dalam. Kalau online cepet set set set gitu aja. Kontennya sama. Kontennya harus sama mbak, tetep.

**P:** Misalnya ada yang eee apa itu ditambahkan seperti perilaku-perilaku saat pandemi itu seperti apa.

**N:** Oiya itu kan bagian dari salah satu materi tapi kan tetep sama bahwa 5W1H udah tetep sama. Materinya tetep sama kemudian ada misalnya kan mungkin situasi pandemi, misalnya peliputan sekarang sepakbola nggak boleh pake penonton dan sebagainya. Gitu.

**P:** Berarti kontennya sama gitu ya pak ya.

**N:** Sama saja, tetep sama cuma kalau di cetak itu lebih detail karena kan terbit besok to.

**P:** Apakah ada kriteria atau karakteristik tertentu dalam meliput, menulis, menyunting hingga publikasi berita?

**N:** Karakter KR itu sebagai media Jogja dia juga selaras dengan orang-orang Jogja lah kan misalnya bahasanya lebih halus mungkin beda dengan Jawa Pos. Jawa Pos tu Surabaya ya lebih cek cek. Jogja kan lebih halus. Kita juga menggunakan yang lebih halus lah. Misalnya nyebut Sri Sultan itu kita Ngarso Dalem tapi kadang-kadang pake Ngarso Dalem Sri Sultan Hamengkubuwono X. Bukan Sultan gitu. Enggak, enggak atau Sultan HB X juga variasinya kan tapi tetep ada kita menghormati dengan bahasa-bahasa gaya Jogja. Kita menghargai gitu lho. *Nek wong Yoyo ki kromo inggil ngono yo.*

**P:** Apakah ada perbedaan sistem kerja antara cetak dengan yang lain?

**N:** Tentu kalau kita beda kan sistem kerjanya. Kalau ini kan jelas dia harus menggunakan kecepatan. Sistemnya cepet, begitu selesai gitu temen-temen tu *nggoleki nggon* kan walaupun liputan jauh. Kemudian satu cepet. Paling berapa, kalau di online tu kan nggak panjang-panjang to beritanya. Kemudian setelah itu besok persiapannya untuk cetak. Kalau radio ngomong to direkam. Misalnya ada pembunuhan atau apa peristiwa demo langsung dia cerita kan reporternya, ya kayak gitu lah.

**P:** Bapak ini juga membawahi radio?

**N:** Oh enggak, cuma kan reporter saya kan sering diminta radio. Ini nanti aku tolong sekalian dilaporkan ya soal ini lalu ngomong ke reporter. Nanti kamu akan dihubungi radio kamu bikin laporan ya gitu tapi saya nggak ada ini. Beda *dudu wilayahe* lah cuma karena dia satu atap.

**P:** Kalau untuk online itu jadi satu sama sosial media atau nanti ada sendiri juga?

**N:** Ada. Online dengan sosial media. Jadi sekian ini sudah di bagian kamu ke Facebook, kamu ke IG, kamu ke Twitter.

**P:** Kemampuan apa saja yang harus dimiliki oleh jurnalis ketika menerapkan multiplatform?

**N:** Tentu yang pertama kemampuan dia pemahaman ya. Pemahaman dalam arti dia mengerti masalah, dia dipelajari betul. Kemudian yang kedua tentu kemampuan teknologi ya, IT. Penggunaan IT. Sekarang tu udah harus bisa. Kemudian yang ketiga tentu etika-etika, dia harus tau etika-etika.

**P:** Selain menulis, di sini para wartawan juga diharuskan bisa fotografi, bisa videografi?

**N:** Iya. Fotografi rata-rata bisa, videografi juga bisa. Harus bisa gitu. Makanya kita berapa kali sering ngadain diklat videografi. Kita diklat, kamu membuat video gitu.

**P:** Kalau di KR sendiri itu ada fotografer atau videografer sendiri, khusus?

**N:** Ada. Ada fotografer sendiri juga ada tapi dia juga merangkap jadi reporter tulis ya tapi sebenarnya dia berangkat dari seorang fotografer.

**P:** Kalau untuk videografernya itu pak khusus sendiri?

**N:** Ooo banyak. Temen-temen sekarang pada bisa karena diajari mbak. Ada temen-temen di online terutama yang mungkin bisa.

**P:** Menurut bapak lebih penting mana antara kecepatan atau ketepatan berita?

**N:** Saya, kalau saya ketepatan karena cepet tapi salah buat apa. Orang tidak bisa membangun kepercayaan kan. Lho salah *meneh* gitu kan. Saya lebih cenderung tepat syukur kalau cepat dan tepat. Kalau dua-duanya milih saya milih tepat tapi dia juga cepat. Dua-duanya itu harus bisa.

**P:** Sebelum publikasi, apakah ada campur tangan dengan pihak manajerial atau hanya tim redaksi saja?

**N:** Kalau itu sesuatu yang *urgent*, sangat *urgent* itu dengan manajer dalam arti saya iya saya ikut campur tapi kalau enggak udah lah biasa-biasa berita-berita... temen-temen dah yakin, optimis nggak ada masalah *yo uwis* udah.

**P:** Kalau untuk seperti penilaian redaktur, penilaian reporter itu dari bapak sendiri atau dari redaktur pelaksana?

**N:** Dari redaktur pelaksana kan nilai kan terus diberikan kepada sekretaris redaksi.

**P:** Selanjutnya apakah ada pemberian *reward* dan *punishment* kepada redaksi?

**N:** Iya, honornya aja digedein. *Reward*-nya honornya digedein.

**P:** Kalau untuk *punishment*-nya pak?

**N:** *Punishment*-nya ya kita peringatkan. Ada pasti. Dia salah mengutip data misalnya gitu iya kita peringatkan.

**P:** Menurut bapak itu kalau perusahaan media lokal bersaingnya dengan sesama media lokal atau dengan nasional?

**N:** Hampir semua media kita bersaing. Sebenarnya kita harus bersaing.

**P:** Strategi apa yang dilakukan oleh KR?

**N:** Tentu yang pertama, untuk apa cetak atau online?

**P:** Dua-duanya boleh.

**N:** Kalau cetak ya tentu kita berusaha untuk menjadi penerus berita-berita yang tentu saja tepat, akurat. Jangan hoaks makanya bagaimana media membangun kepercayaan itu kan karena itu. Kalau online juga kita biasa cepet, kecepatannya juga akurasi harus betul. Kemudian topik.

**P:** Apakah akan ada inovasi terbaru dari KR di era multiplatform?

**N:** Oiya tentu ada terus. Sebenarnya kita sekarang kan kita punya medsos-medsos terus akan kita tingkatkan.

**P:** Kalau di KR itu ada targetnya nggak sih pak? Seperti...

**N:** Nggak, nggak ada. Targetnya yo baik dapet berita, targetnya ya seperti itu. Beritamu betul, beritamu itu akurat, tulisanmu akurat kemudian apa eee sumber-sumbernya betul kayak gitu targetnya ya gitu gitu aja. Berita itu juga bermanfaat artinya kami punya *tagline migunani tumrapping liyan*.

**P:** Ada nggak sih pak target anak muda di multiplatform sekarang ini?

**N:** Maksud opo? Yo nggak targetnya seperti online bagi orang online itu. Buat beritanya bagus, akhirnya banyak pembaca, dan seterusnya. Berarti online itu.

**P:** Apakah ada saran/kritik bagi perusahaan media yang tengah menerapkan multiplatform?

**N:** Kritiknya adalah bagaimana SDM mereka harus terlatih. Itu aja syarat-syaratnya karena di era multiplatform ini seorang wartawan harus bisa apapun. Jadi dia harus bisa menyiarkan, dia harus bisa menulis cetak, dia harus menulis online, dia harus bisa bermain di medsos, banyak ya.

**P:** Selanjutnya menurut bapak seberapa pentingnya perusahaan media menerapkan konsep jurnalisme multiplatform?

**N:** Sekarang ini sudah sangat penting sudah apa ya keniscayaan lah. Keniscayaan bahwa media sekarang harus menggunakan multiplatform.



**P:** Apa langkah yang dilakukan oleh perusahaan media supaya industri surat kabar itu bertahan dan tidak mati?

**N:** Tentu sekarang ini media bukan hanya apa hidup dari langganan kemudian online, iklan tapi udah kita mulai. Kalau KR sih punya beberapa usaha ya di antaranya adalah properti di luar itu, media tapi kita juga sekarang ini kita mulai menyewakan juga untuk IG, Instagram karena pengikut kita banyak maka itu dah mulai disewakan. Banyak dipake, cari duitnya kayak gitu. Pengembangannya kan gitu. Tentu banyak. E-paper juga ada kita. Pelanggan e-paper juga banyak.

**P:** Kalau KR cetak saja apakah akan bertahan untuk era jurnalisme multiplatform?

**N:** Saya memang menganggap kalau cetak lama-lama akan turun emang ya. Saya kira iya cuma saya kok optimis ya tidak akan habis karena apa? Karena hoaks itu sekarang kemarin Presiden Pak Jokowi mengatakan kan bahwa ada penelitian yang dilakukan oleh Istana bahwa ternyata berita-berita di media konvensional lebih dipercaya 60% ketimbang media-media online, media medsos hanya 40% sehingga dari kesimpulan itu saya percaya bahwa itu akan tetep ada.

**P:** Mungkin itu saja pak yang ingin saya tanyakan, terima kasih atas jawaban bapak.

## **B. Redaktur Pelaksana Kedaulatan Rakyat (Primaswolo Sudjono)**

**P:** Boleh memperkenalkan diri dulu bapak.

**N:** Saya Primaswolo Sudjono, saya dari harian Kedaulatan Rakyat, jabatan saya redaktur pelaksana dan juga pernah menggawangi halaman nasional.

**P:** Bapak sudah bekerja di KR selama berapa tahun?

**N:** 94 saya masuk.

**P:** Apakah bapak setuju dengan pendapat semakin lama surat kabar konvensional semakin sedikit pembacanya?

**N:** Oya memang semakin sedikit ya. Semakin lama karena target apa ya perkembangan teknologi ya. Teknologi mungkin ya pembacanya banyak yang beralih ke bukan pembaca ya banyak yang tertarik ke ini ke digital ya, pemberitaan digital dan juga tidak hanya cetak ya mungkin juga televisi itu juga masuk juga karena orang ke platform medianya kan kurang seneng yang praktis ya. Praktis, digital mungkin cari yang praktis bisa suatu saat di mana saja tapi kan ada sisi kelemahannya juga. Nah kelemahan itu mungkin yang cetak juga punya kelebihan. Nah mungkin yang bertahan yang ngambil aspek dari kelebihan cetaknya itu sih.

**P:** Selanjutnya, bagaimana rutinitas produksi berita dalam liputan isu pembangunan tol Jogja-Solo-Bawen di KR?

**N:** Oh kalau gini konsepnya gini ya sistem kerja di Kedaulatan Rakyat atau di media lainnya jadi berita itu ya sebuah produksi berita itu bisa diawali, berawal dari informasi yang masuk ke reporter, reporter tu wartawan. Wartawan di lapangan namanya reporter ya yang bekerja di lapangan mengumpulkan data terus membuat berita itu reporter ya. Kemudian itu sumber informasinya mungkin diperoleh reporter dari perkembangan informasi di umum, di masyarakat kan gitu. Itu juga bagian dari awal dari sebuah produk berita. Nah ketika reporter itu mendapat informasi langsung bisa berkoordinasi karena ini menarik koordinasi juga dengan redaktur, redaktur kemudian menyampaikan ke redaktur pelaksana atau jajaran di atasnya untuk membahas berita ini bagus apa namanya adalah berita yang kuat. Kuat itu menentukan nanti halamannya masuk di mana. Jadi misalnya kalau kuat itu kan nilai jual orang tertarik membacanya tinggi itu bisa dimasukan di halaman mana kan gitu. Halaman nasional tu diampu coba dibuka di halaman nasional tu kan halaman 1, kemudian halaman 8, halaman 7 itu kan halaman nasional. Pembangunan informasi jalan tol terbaru itu. Kemudian redaktur sekali-kali kan komunikasikan lebih mudah ya dalam media sosial cepet terus nanti wah nih buat halaman nasional tapi kalau kemudian biasa ya informasi-informasi pengulangan itu yang kemarin sudah keluar di anu lagi hanya kurang menarik gitu, biasa-biasa informasinya ya mungkin tidak masuk. Tetep bagus tapi mungkin tidak di halaman nasional bisa di Sleman atau di mana ya atau di lokasi tempat itu kejadiannya. Terus seberapa pentingnya ya tu kan menyangkut kepentingan banyak orang ya. Seberapa penting itu kan menyangkut kepentingan banyak orang, informasi ini tidak hanya kepentingan yang calon yang bakal terkena pembebasan lahan tetapi juga menarik dibaca oleh masyarakat umum bahwa ada kebijakan pembebasan lahan dengan ganti untung segala macem. Kemudian lokasinya mana, ketika dia mau menginvestasikan uangnya mau beli tanah barangkali ya harus hati-hati lokasinya gimana supaya tidak terkena ketika beli tidak terkena dampak dari itu dari misalkan pembangunan jalan tol kan gitu. Banyak itu kan informasinya tidak hanya untuk yang terkena imbas dari atau terkena jalur jalan tol tapi masyarakat umum. Kebijakan-kebijakan usaha misalnya gitu ya ketika di lokasi itu ada jalur jalan tol dia mungkin bisa saja berubah kebijakannya, segala macem atau mungkin malah mendekati itu juga bisa atau mungkin orang yang mau. Jadi gitu Mbak Tika ya. Monggo, mudah-mudahan udah menjawab ya pertanyaannya.

**P:** Baik pak. Siapa saja yang ikut dalam rapat redaksi?

**N:** Sekarang itu rapat itu selama pandemi itu kan nganu ya tetep ada rapat mbak. Rapat itu tetep ada di kita untuk redaktur ya. Redaktur tu ada. Ada redaktur, ada pemred, ada redpel redaktur pelaksana kadang-kadang direksi juga ikut ya. Itu ada. Itu untuk menentukan tidak hanya masalah jalan tol itu semua kebijakan terkait kebijakan redaksi, muatan konten berita itu kebijakan-kebijakan di situ rata-rata tapi kalau kebijakan mengenai penugasan penggalan di tingkat bawah, informasi mungkin ada rapat reporter tapi sekarang kan pandemi ini kan rapatnya via nganu aja via *contact* langsung.

**P:** Baik pak. Bagaimana perusahaan media menanggapi isu pembangunan yang sedang gencar dilakukan khususnya di DIY?

**N:** Maksudnya tanggapan media gitu. Itu kan seperti saya jelaskan tadi karena ini kita tu kan melayani pembaca ya. Pembaca kita, melayani pembaca sejauh mana berita itu menarik dibutuhkan oleh pembaca. Kalau berita itu menarik, dibutuhkan masyarakat maka itu menjadi prioritas maka kita harus memberikan layanan terbaik, informasi yang bagus untuk ke masyarakat yaitu berupa berita-berita yang berkelanjutan. Berkelanjutan itu tergantung ada beritanya ya dari informasi ya langsung di *share*, langsung dibuat, diterbitkan. Gitu sih.

**P:** Kalau untuk wartawan *rolling* itu yang menentukan redaktur pelaksana atau siapa ya pak?

**N:** *Rolling* tu kebijakan pimpinan mbak. Pemimpin paling tinggi itu pemimpin redaksi, pokoknya kebijakan pimpinan. Kemauan, perwilayahan macam-macam pertimbangannya sih.

**P:** Bagaimana rutinitas produksi berita dari pencarian hingga publikasi berita?

**N:** Ulang yang pertama tadi ya. Itu kan produksi berita dari ada dua ya, yang satu dari reporter informasi dari reporter. Ada tiga *deng*, laporan dari reporter dia punya informasi rencana liputan, redaktur atau pada pimpinan redaksi bisa redaktur pelaksana untuk ditindaklanjuti untuk bisa dikembangkan. Nanti setelah itu mereka reporter melakukan peliputan, penggalan data kemudian setelah selesai membuat tulis, menyampaikan kepada editor atau redaktur. Redaktur akan menempatkan di layak tidaknya itu, setelah mereka membuat berita layak tidaknya mereka pinjem tempat ya, tempat, halaman, dan lain-lain. Editor kemudian setelah melakukan *editing* terus memasukkan, *me-layout* berita itu kemudian menyampaikan ke pracetak terus cetak udah kemudian dicetak terus terbitlah sebuah koran ya. Koran mulai didistribusikan. Itu kalau dari reporter ya. Kebijakan dari atasannya, dari redaktur, dari redaktur pelaksana, dari pemimpin redaksi kemudian didiskusikan, ditugaskan ke reporteranya untuk mencari berita. Kemudian

reporter kembali setelah ditugasin menyerahkan hasil liputannya kepada redaktur. Ya sama prosesnya. Habis itu redaktur *editing, editing* kemudian menyesuaikan tempatnya. Gitu. Tempatnya di mana layak enggak kan gitu di dalam suatu halaman. Kalau memang kuat bisa diajukan ke halaman nasional. Kalau biasa lokal, beritanya lokal ya mungkin di halaman daerah atau di publik di halaman dalam. Gitu Mbak Tika.

**P:** Oh, oke baik pak.

**N:** Tadi pertanyaan yang multiplatform tadi ya itu ya memang dalam digitalisasi media sekarang yang paling kuat adalah informasi di media digital yang paling kuat sehingga banyak media cetak kemudian menyesuaikan diri. Tidak hanya berproduksi untuk memberikan informasi melalui media cetak ya tapi juga dia membuat online, jadi kita buat online tu ada juga [krjogja.com](http://krjogja.com) kemudian untuk yang cetaknya sendiri ada juga. Kemudian harus perbanyak media sosial itu juga masuk. Media sosial Instagram, Twitter, Youtube itu masuk untuk mem-*back up* masuk di dunia digital ya. Jadi cetak itu berusaha untuk masuk di dunia digital. Kemudian untuk reporternya sendiri memang untuk mengubah *mindset* itu memang butuh waktu ya. Banyak yang sudah, beberapa sudah mulai berubah ikut juga membuat konten-konten berita untuk media digital [krjogja.com](http://krjogja.com), ada yang juga di Youtube itu ada beberapa tapi kebanyakan masih bermain di produk-produk atau berita-berita di cetak. Mungkin perlu, mungkin mudah-mudahan ke depannya makin banyak ya reporter cetak ini ikut juga memberikan kontribusi di online gitu. Kemudian reporter onlinenya juga ada sih, jumlahnya juga ada nah itu mereka direkap oleh reporter cetak yang punya minat di online. Itu aja mbak.

**P:** Oh, oke baik pak. Seberapa pentingnya perusahaan media menerapkan konsep jurnalisme multiplatform?

**N:** Ya menurut saya penting ya. Kalau nggak bisa menyesuaikan agak repot. Tergantung medianya, tergantung medianya mau cepet menyesuaikan atau tetep di konvensional tapi sudah suatu kebutuhan ya. Bisa apa istilahnya, bisa tetep selain cetak juga bisa di media digital gitu. Sebuah kebutuhan kalau enggak ditinggal.

**P:** Apa langkah yang dilakukan oleh perusahaan media supaya industri surat kabar dapat bertahan dan tidak mati?

**N:** Salah satunya tadi mengikuti perkembangan zaman ya. Itu pun kalau mengikuti aja untuk supaya tidak terlalu pengurangan pembaca. Upaya yang harus dilakukan ya menyesuaikan perkembangan teknologi kemudian melibatkan kemampuan SDM supaya tidak hanya supaya juga SDM juga bisa memberikan kontribusi di online juga kemampuan dalam hal ikut perkembangan media sosial. Gitu mbak.

**P:** Mungkin dari saya itu saja pertanyaannya pak. Apakah dari bapak ada tambahan?

**N:** Udah cukup aja.

**P:** Terima kasih ya Pak Jono atas kesediaan waktunya untuk menjadi narasumber.

