

MENGELOLA MEDIA DARING

DISAMPAIKAN
ZAINAL ARIFIN EMKA

KENALI SIAPA KHALAYAK SASARAN MEDIA ANDA

PENUHI
KEBUTUHAN
KHALAYAK ANDA

- Selama puluhan atau ratusan tahun sudah biasa bahwa isi media ditentukan oleh para pengelolanya.
- Selama itu para redaktur merasa apa yang mereka tampilkan adalah apa yang menurutnya baik dan penting untuk publik.
- Robert G Picard dalam bukunya, *Value Creation and the Future of News Organization: Why and How Journalism Must Change to Remain Relevant in the Twenty-first Century* (Lisbon: Formalpress | Media XXI, 2010)

- Selama puluhan dan ratusan tahun itu interaksi antar-pengelola media dan audiens boleh dibilang kecil, sedikit, dan cenderung bersifat monolog > pesan yang disampaikan tak segera menghasilkan dialog.

- Pertanyaannya: apakah betul apa yang dianggap penting oleh para redaktur dan produser adalah hal yang penting dan relevan untuk audiens? Terutama ketika ada sedemikian banyak pilihan.

✓ Layak Berita

Tidak setiap kejadian layak disajikan kepada khalayak.

Karena itu nilai kejadian perlu diperhatikan.

Tidak ada gunanya menyajikan informasi kalau tidak bernilai bagi khalayak.

DI SINILAH LETAK PENTINGNYA MANAJEMEN MEDIA

Ukuran Kelayakan Informasi

Indonesia dalam Posisi Global



Indikator	Peringkat Indonesia	Negara yang Disurvei
Indeks daya saing/GCI (2010-2011)	44	139
Infrastruktur (2010-2011)	82	139
Kesehatan dan pendidikan dasar (2010-2011)	62	139
Angka kematian bayi (2010-2011)	97	139
Angka harapan hidup (2010-2011)	91	139
Kualitas pendidikan dasar (2010-2011)	55	139
Indeks pembangunan manusia/HDI (2010)	108	169
Indeks persepsi korupsi/CPI (2010)	110	178
Risiko kegagalan negara (2010)	61	178
Indeks pembangunan pendidikan/EDI (2010)	65	128
Jumlah penduduk 237,6 juta orang (2010)	4	237
PDB 1,033 triliun dollar AS (2010)	16	237
PDB per kapita 4.300 dollar AS (2010)	154	237
Pengangguran 7,1 persen (2010)	75	237

Sumber: Litbang Kompas, diolah dari World Economic Forum, CIA World Factbook, dan Transparency International

FOTO DAN GRAFIS: KARTIKA

- **Significance (penting)**
 - ✉ mempengaruhi kehidupan,
 - ✉ punya akibat terhadap kehidupan

Magnitude (besaran)

- ✉ menyangkut angka yang berarti
- ✉ bila dijumlahkan menarik

Timeliness (kebaruan)

- ✉ baru terjadi
- ✉ baru diungkapkan.

Ukuran Kelayakan Informasi

- **Proximity (kedekatan)**

- ✉ bersifat geografis
- ✉ bersifat emosional.

Prominence (keterkemukaan)

- ✉ tentang hal-hal terkenal atau termashur

Human Interest (sentuhan manusiawi)

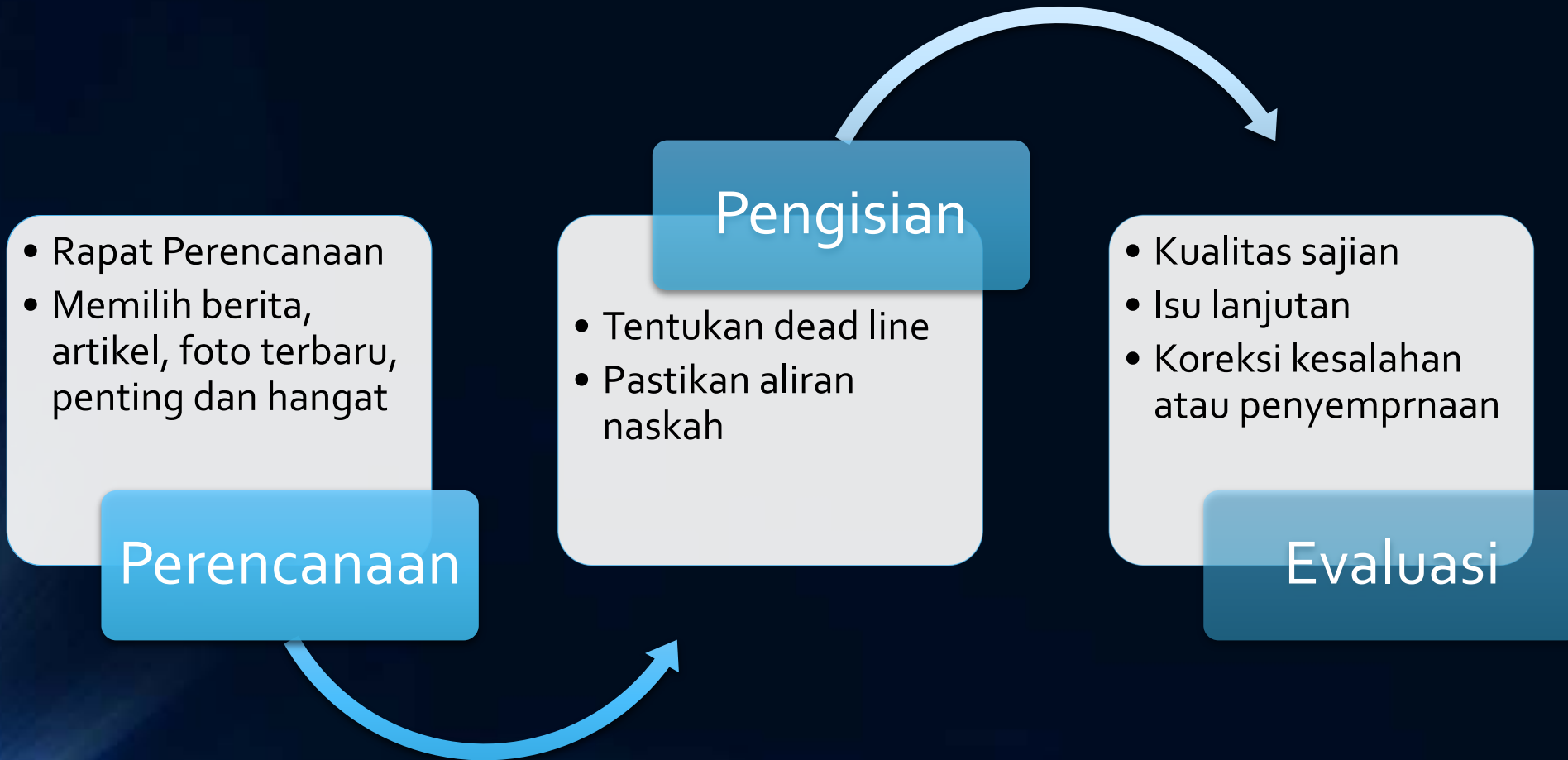
- ✉ menyentuh perasaan

- ✉ *orang biasa dalam situasi luar biasa*
orang besar dalam situasi biasa

Organisasi dan Perencanaan

- Organisasi kuat dan Berfungsi
- Tugas utamanya:
 - Membuat perencanaan
 - Mengadakan evaluasi
- Catatan: Sesederhana apapun media massa, butuh itu. Terlebih media dengan jangkauan sangat luas

Tahapan Kerja Redaksional



**Media Daring dikunjungi hanya
kalau menjanjikan isu baru**

Isi Minimum (Contents) situs Media Daring organisasi

A. SELAYANG PANDANG

- Gambaran singkat keberadaan organisasi (sejarah, motto, lambang dan arti lambang, lokasi dalam bentuk peta, visi dan misi).

B. ORGANISASI SKPD

- Menjelaskan struktur organisasi beserta nama, alamat, telepon, e-mail dari pejabat daerah. Jika mungkin biodata pimpinan organisasi untuk diketahui masyarakat.

Isi Minimum Media Daring organisasi

C. BATAS KEWENANGAN

- Menguraikan tugas, fungsi, dan kewenangan organisasi .
- Bertujuan membuat masyarakat mengenal dan memahami.

D. PERATURAN/KEBIJAKAN DAERAH

- Menjelaskan Peraturan Daerah (Perda) yang berkait dengan organisasi .
- Melalui Media organisasi inilah semua Perda yang telah dikeluarkan dapat disosialisasikan kepada masyarakat.

F. Berita

- Berita dari lingkungan lembaga.
- Jangan ambil dari surat kabar lokal.
- Gali dan cari sendiri.
- Berita situs Media Daring organisasi seharusnya menjadi acuan atau referensi untuk berita surat kabar lokal.

G. Forum Diskusi

- Media Daring organisasi juga berinteraksi dengan masyarakat melalui :
 - a. Forum Diskusi
- Media massa pada dasarnya merupakan pasar terbuka tempat orang menawarkan gagasan/kebijakan
- Juga ruang diskusi terbuka

b. Saran/Komentar Pengunjung

- Merupakan fitur pada Media Daring yang dapat digunakan oleh pengguna untuk menyampaikan masukan kepada pengelola media.
- Fitur ini juga merupakan tahap awal dari bentuk pengaduan masyarakat melalui Media.
- Respon segera setiap saran atau komentar
- Kalau didiamkan pengunjung kecewa berat

✓ FENOMENA BELI HALAMAN

FENOMENA BELI JAM SIAR

MENGAPA MESTI BAYAR KALAU
BISA BIKIN SENDIRI

- a) Gunakan nama Media yang mudah diingat.
- b) Isi Media Daring dengan artikel original.
- c) Usahakan selalu **update**.
- d) Walau tidak sering, minimal 4 kali sebulan.
- e) Pastikan sajian yang original, bukan copy paste.
- f) Lakukan pengaturan layout /design menarik mungkin.

- ❖ **Buatlah Media Daring sebagai sarana untuk menghibur pengunjung.**
- ❖ **Mayoritas pengunjung ingin mendapat sesuatu yang membuat mereka kembali ceria dan fresh.**
- ❖ **Sajikan artikel yang berisi joke-joke yang jauh dari pornografi.**