

Lampiran 1

Lembar Pertanyaan

Jabatan Informan : Redaktur Pelaksana *Solopos.com*

Daftar Pertanyaan :

- 1) Bagaimana upaya dan strategi *Solopos* sebagai media cetak lokal dalam menghadapi perubahan pola konsumsi media pembaca yang semakin bergeser pada dunia internet dan digital?
- 2) Bagaimana strategi yang diterapkan *Solopos* terkait proses produksi berita setelah memiliki berbagai unit *platform*?
- 3) Apa saja perbedaan yang terjadi dalam alur kerja di tim redaksi sebelum dan sesudah memiliki beberapa unit *platform*?
- 4) Apakah terjadi kerja sama antar *platform* dalam proses produksi berita? Bila iya, pada tahap apa saja dan bagaimana kerja sama itu dilakukan?
- 5) Apakah di *Solopos* terdapat jadwal rapat perencanaan gabungan dengan tim redaksi semua *platform*? Bila ada, kapan dilaksanakan dan topik apa saja yang dibahas?
- 6) Bagaimana pembagian struktur tim redaksi dalam *Solopos Media Group* (SMG) setelah media ini memiliki berbagai unit *platform*?

- 7) Apakah terjadi penyatuan ruang redaksi antar unit platform dalam naungan Solopos Media Group (SMG)? Bila iya, bagaimana bentuk penyatuan yang dilakukan?
- 8) Apakah terdapat kendala dalam proses produksi berita setelah *Solopos* memiliki beberapa *platform*? Bila ada, apa saja kendala yang dialami *Solopos*?
- 9) Bagaimana dampak penerapan konvergensi ini untuk perkembangan *Solopos* sebagai media cetak lokal selama beberapa tahun terakhir? Apakah lebih banyak membawa dampak positif atau negatif?
- 10) Bagaimana pembagian peran dan tanggung jawab sebagai redaktur pelaksana *Solopos.com*?
- 11) Bagaimana keterlibatan peran redaktur pelaksana *Solopos.com* terhadap proses pemberitaan antar *platform* media yang dimiliki *Solopos*?
- 12) Apakah konten-konten *Solopos.com* dikerjakan sepenuhnya oleh tim redaksi sendiri atau masih saling berkoordinasi dengan tim redaksi *platform* lain?
- 13) Bagaimana alur pemberitaan dari perencanaan hingga publikasi pada redaksi *Solopos.com* saat ini?
- 14) Apa saja fasilitas yang diberikan kepada para staf redaksi untuk mendukung proses konvergensi dalam alur kerja jurnalistik di tim redaksi *Solopos.com*?

Jabatan Informan : *Content Manager* cetak *Harian Umum Solopos*

Daftar Pertanyaan :

- 1) Bagaimana pembagian peran dan tanggung jawab sebagai *content manager* *Harian Umum Solopos*?
- 2) Bagaimana keterlibatan peran *content manager* *Harian Umum Solopos* terhadap proses pemberitaan antar *platform* media yang dimiliki *Solopos*?
- 3) Apakah konten-konten koran *Harian Solopos* dikerjakan sepenuhnya oleh tim redaksi sendiri atau masih saling berkoordinasi dengan tim redaksi *platform* lain?
- 4) Bagaimana alur pengiriman hasil peliputan pada redaksi koran *Harian Solopos* cetak saat ini?
- 5) Bagaimana alur produksi berita di redaksi koran ini setelah *Solopos* memiliki sistem *newsroom* versi digital?
- 6) Siapa yang berperan sebagai penghubung untuk mengkoordinasikan dan menentukan penyaluran berita antar *platform*?
- 7) Apakah terjadi perubahan struktur tim redaksi koran *Harian Solopos* setelah *Solopos* memiliki berbagai *platform*? Bila iya, bagaimana perubahan tersebut terjadi?

- 8) Apakah terjadi perubahan penempatan ruang redaksi setelah *Solopos* memiliki berbagai *platform*? Bila iya, bagaimana perubahan penempatan tersebut?
- 9) Apakah seluruh staf pada tim redaksi ini sudah maksimal dalam menerapkan konvergensi pada proses produksi konten atau masih terdapat kendala?
- 10) Apakah terdapat kendala dalam proses produksi berita setelah *Solopos* memiliki beberapa *platform*? Bila ada, apa saja kendala yang dialami sebagai seorang *content manager* koran?

Jabatan Informan : *Content Manager Solopos.com*

Daftar Pertanyaan :

- 1) Bagaimana pembagian peran dan tanggung jawab sebagai *content manager digital*?
- 2) Bagaimana *Solopos* memanfaatkan teknologi digital dalam proses produksi beritanya?
- 3) Apakah *Solopos* memiliki sistem *newsroom* versi digital semacam *Content Manajement System (CMS)* untuk mengirim semua hasil peliputan berita?
- 4) Bagaimana teknis pengiriman dan pengambilan konten pada *newsroom* digital tersebut?
- 5) Siapa yang bertanggung jawab atas pengelolaan konten *newsroom* digital tersebut?

- 6) Diketahui *Solopos* ini juga tergabung dalam Bisnis Indonesia Group yang mana memiliki sistem JIBI untuk pengumpulan konten, lalu apakah *Solopos* juga menggunakan sistem JIBI tersebut?
- 7) Kapan dan bagaimana cara *Solopos* mengelola informasi yang dibagikan oleh media-media naungan grup Bisnis Indonesia melalui sistem JIBI tersebut?

Jabatan Informan : Reporter *Solopos.com*

Daftar Pertanyaan :

- 1) Adakah reporter dari tim redaksi cetak yang masih merangkap tugas untuk redaksi *Solopos* cetak, *Solopos FM*, atau *Solopos.tv*? Bila ada, pada tahap apa saja mereka melakukannya?
- 2) Bagaimana proses peliputan bahan berita setelah *Solopos* memiliki beberapa *platform* media (cetak, *online*, dan penyiaran)?
- 3) Bagaimana alur kerja jurnalistik dalam pembuatan berita cetak setelah *Solopos* memiliki beberapa *platform* media (cetak, *online*, dan penyiaran)?
- 4) Apakah media ini pernah mempersiapkan semacam pelatihan untuk membantu para jurnalis dalam melakukan produksi berita secara *multiplatform* dan *multitasking*?
- 5) Apa saja fasilitas yang diberikan kepada para jurnalis untuk mendukung proses konvergensi dalam alur kerja jurnalistik di tim redaksi?

- 6) Apakah terdapat kendala dalam proses produksi berita setelah Solopos memiliki beberapa *platform*? Bila ada, apa saja kendala yang dialami sebagai seorang reporter?



Lampiran 2

Lembar Observasi

Hari :

Pukul :

No.	Aspek Pengamatan	Keterangan	Hasil Pengamatan
1.	Pembagian ruang redaksi setiap <i>platform</i>		
	Penempatan meja kerja tim redaksi	<i>Layout</i> Ruang Redaksi	
	Penempatan ruang rapat		
2.	Tugas dan peran jurnalis dalam tim redaksi	Aktivitas di Ruang Redaksi	
	Koordinasi antar jurnalis dalam tim redaksi		

Lampiran 3

Transkrip Wawancara

Nama Informan: Danang Nur Ihsan (DN)

Jabatan Informan: Redaktur Pelaksana Digital

Pewawancara: Ruth Elisha (RE)

Hari: Senin, 1 Agustus 2022

Tempat: Ruang Redaksi Solopos di Lantai 2 Griya Solopos Media Group (SMG) Jl. Adi Sucipto 190, Karangasem, Kota Surakarta

RE: Bagaimana strategi Solopos sebagai media cetak lokal dalam menghadapi perubahan pola konsumsi media pembaca yang semakin bergeter pada dunia internet dan digital pak?

DN: Oke jadi *Solopos* itu berdiri awal mulanya adalah media cetak gitu ya, berdiri 19 September tahun 1997. Ketika berdiri memang berbasis koran murni, artinya yang diterbitkan adalah cetak kemudian saat *Solopos* tepat berusia 10 tahun yaitu 2007 *Solopos* mengeluarkan *Solopos.com* itu menjadi media onlinenya.

Lalu bagaimana dengan dunia digital, jadi ketika *Solopos.com* berdiri 2007 itu boleh dibilang belum terlalu *fully*, masih kita kaya lihat-lihat gimana sih media ini, itu pada fase awal. Kemudian seiring berjalannya waktu kita fokus disitu, memperbanyak dari sisi SDM dan sebagainya. Kemudian perubahan pola perilaku itu kita lihat dan ikutin terus kebutuhannya. Pandemi itu kan menambah cepat digitalisasi, kalo bertanya apa sih yang dilakukan, ya tentu kita masuk area digital.

Sekarang dapat dilihat dari total orang redaksi, jadi ketika awal ada digital atau *Solopos.com* itu mungkin komposisinya 90% SDM orangnya itu masih di cetak dan 10% di dot comnya, itu awal. Saat ini komposisinya kita bukan hanya dua tapi tiga kelompok utama di redaksi yaitu paper, digital (membawahi dot com dan sebagainya), kemudian sama multimedia (mengelola YouTube, medsos, dan sebagainya). Kalau dilihat komposisinya saat ini yaitu kurang lebih 50% ada di digital, 35% multimedia, dan orang yang dipaper itu kurang lebih 15% dari total awak redaksi yang ada sekitar 80 orang lebih. Jadi 80 orang itu 40 lebih dibawah digital itu ada di tim kita, kemudian sekitar 35% di multimedia, dan dicetak 15%. Hal itu menunjukkan bagaimana *Solopos* benar-benar fokus di digital.

RE: Kalau yang untuk redaksi digital itu sendiri tadi *Solopos.com* terus apalagi pak?

DN: Oh itu *Solopos.com* yang utama, kemudian kita juga mengelola beberapa website yaitu *Semarangpos.com*, *Madiunpos.com*, *Jeda.id*. Sebenarnya ada beberapa lagi seperti *ibukotakita.com*. Cuma memang website kecil-kecil ini sedang proses diintegrasikan jadi satu masuk ke *Solopos.com*. Jadi mungkin kalau kamu lihat mungkin beritanya kok nggak update mungkin hanya 1 atau 2 bahkan sudah lama nggak aktif. Tapi disini sedang proses dimasukkan di situs karena kita fokusnya di satu *discription*.

RE: Oh begitu, kalau untuk yang multimedia itu berarti fokusnya untuk ke YouTube dan media sosial ya pak?

DN: Yang multimedia? ke media sosial kan yang dikelola juga banyak ya, awalnya media sosial berada di tim saya (dot com), tapi kemudian dipindah ke multimedia untuk lebih fokus mengerjakan Instagram, TikTok, Facebook dan sebagainya. Selain YouTube produksi ini juga seperti *live*, desain, di multimedia itu kan ada anak desain juga misalkan mereka mau bikin desain buku, desain magazine dan sebagai itu

RE: Kalau setahu saya, di Solopos itu ada radio juga itu berarti masuk disitu atau pisah lagi?

DN: Kalau radio *Solopos FM* itu satu induk tapi beda perusahaan, jadi dia anak perusahaan tapi sudah beda pengelolanya. Ini hampir sama dengan *Harian Jogja*, *Solopos* selain di Solo juga punya anak di Jogja, yaitu *Harian Jogja* dan *Harianjogja.com*

RE: Baik selanjutnya, lalu bagaimana strategi yang diterapkan Solopos terkait proses produksi berita setelah memiliki berbagai unit platform tersebut?

DN: Media itu berubah, perubahan perilaku masyarakat berubah ini kan menuntut orang-orang redaksi juga harus berubah, cara kerjanya, perilaku bekerjanya. Kalau pertanyaannya ini gimana, sejujurnya secara pasti hampir semua media itu sedang mencari bentuk gitu, jadi mungkin saya saat ini akan bilang seperti ini adalah fokus, terus bisa jadi satu tahun kemudian sudah berubah lagi gitu ya.

Nah yang saat ini dilakukan *Solopos* salah satunya pertama menerapkan *online-first* di area redaksi dulu. Jadi di *online-first* ini semua reporter menerapkan semua konten itu diprioritaskan untuk kepentingan *online*, bahkan mereka harus mengirimkan konten setidaknya satu berita atau satu konten sebelum jam sepuluh pagi untuk *online*. Kemudian yang kedua, Reporter sekarang pengelolaan SDM nya itu di bawah kendali *online*. Kalau dulu itu yang mendirect di *Solopos* namanya bukan redaktur tapi *content manager* (CM), itu yang mendirect CM koran. Beberapa bulan terakhir ini jadi pindah yang mendirect yang menugaskan itu adalah CM dot com. Reporternya itu melakukan pekerjaan *multiplatform*, dia bisa nulis berita untuk online, bisa nulis berita cetak, bisa ngefoto, bisa ngirim video, bisa *live report* radio. Jadi sejak awal reporter *Solopos*, mereka dididik menjadi wartawan *multiplatform*. Jadi satu orang dia bisa oke ada peristiwa apa dia segera kirim untuk online, di area itu dia butuh video dia bisa ngambil videonya. Ketika radio butuh *live report*, dia bisa mengonten *report* secara langsung jadi itu di area ini.

Kemudian area reportase berita itu masuk, setelah mereka melakukan *online* dan sebagainya fase ini adalah menerapkan *single newsroom*. *Single newsroom* itu adalah satu *newsroom*, satu ruang besar, di dapurnya *solopos* gitu ya *online*, cetak dan semua itu mengakses di situ. Jadi semua konten yang dibikin itu masuk di satu tempat, itu bisa dipakai oleh berbagai *platform* sesuai kebutuhannya.

RE: Ini online ya? single newsroomnya berbentuk online atau gimana pak?

DN: *Online online*, Jadi dalam bentuk *Content Management System (CMS)*. Kita punya CMS di situ semua konten masuk. Entah itu nanti mau dipakai dot com entah mau dipakai cetak, entah Fotonya yang dipakai dan sebagainya itu di satu tempat yang sama.

RE: Itu ada namanya enggak pak CMSnya? ada penyebutannya gak?

DN: Ya kita menyebutnya CMS *Solopos* gitu, jadi Itu dapurnya *Solopos* ya.

RE: Terus yang selanjutnya itu tentang perbedaan yang terjadi dalam alur kerja tim redaksi sebelum dan sesudah memiliki platform, seperti yang tadi ya pak?

DN: Oke perbedaan alur kerja ya? perbedaan alur tuh kayak gini misalkan dulu ketika reporter itu masih berada di cetak dan fokus di cetak belum digitalnya belum *fully* total gitu, mereka cenderung akan menulis berita itu sore hari. Saya dari fase bawah dulu fase reporternya, jadi reporter mengirimkan berita jam 3- 4 itu karena kan dengan *deadline* koran tuh. Jadi mereka bikin berita 3 atau 4 itu nyari nyari setelah semua selesai nyari baru ngetik, itu yang dilakukan reporter. Nah dengan perubahan *online-first*, sekarang pola mereka adalah dapat berita-diketik- kirim gitu jadi bisa jadi berita itu datang jam 5 pagi jam 7 pagi, sangat berbeda ini yang dilakukan reporter Di level *middle* apa *gatekeeper* ya.

Content manager atau redaktur juga terjadi perubahan gitu ya, *online* dikejar untuk gimana cepat tayang beritanya juga dengan berusaha tidak mengabaikan akurasi gitu. Sedangkan yang jadi pertanyaannya “kalau *online* nya udah tayang, koran gimana gitu kan”, nah koran kalau dulu ya udah dari reporter dia edit asal nggak salah nggak apa sesuai standar berita kita itu ditayangkan, kalau sekarang koran enggak. Repoter kirim seperti ini, *content manager* koran dia kan nyari bahan juga untuk menjadikan berita itu menjadi lebih panjangm lebih utuhm lebih komprehensif gitu. Jadi tugas *content manager* koran bukan hanya ngedit tetapi dia memperkaya berita, “oh reporter dapat ini oh aku cari bahan lagi nih dari sini”, dari berbagai website yang bisa dipercaya gitu entah itu misalkan data BPS atau apa untuk melengkapi itu. Bahkan CM bisa melakukan reportase juga by phone, Kalau di digital tentu ada *modern shift* gitu ya hampir 24 jam itu ada orang yang siap bekerja dengan mengandalkan kecepatan. jadi slogannya itu kalau digital itu gimana cepatnya gitu kalau koran gimana dalemnya, seberapa dalam konten itu.

RE: Oke, lalu kalau di solopos ini apakah terdapat jadwal rapat perencanaan gabungan pak antara tim redaksi semua?

DN: Oh ada, jadi setiap hari kita menggelar rapat sehari dua kali rapat jam 1 siang itu adalah rapat proyeksi gitu ya. Ini semua *content manager* digital dan cetak ikut gitu, dia ikut rapat karena dia harus mereport reporter hari ini bikin apa aja nih sampai siang tadi, itu jam 1. Kemudian adalah rapat jam 7 malam untuk perencanaan besok mau ngapain. Yang jam satu itu rapatnya *online* secara digital karena ya pandemi sekarang sudah bisa bekerja dimana-mana ya. Sedangkan yang jam 7 itu hanya sebagian yang ikut tetapi mereka semua itu *online* mengirimkan materi bahan rapat, sedangkan rapatnya *offline* itu hanya beberapa.

RE: Jadi yang jam 7 malem itu rapatnya offline?

DN: *Offline* tapi sebelum *offline*, *online* sebentar gitu untuk merekap besok mau ngapain ya semua *desk* digital ataupun cetaknya.

RE: Yang ikut itu brarti *content manager* saja atau siapa saja pak?

DN: Yang ikut pemred kemudian redaktur pelaksana sama *content manager*.

Ruth: Nah saya juga ingin bertanya, bagaimana pembagian struktur tim redaksi dalam solopos ini setelah ya memiliki beberapa platform gitu?

DN: Strukturnya redaksi ya, ku gambarin aja ya biar gampang (digambarkan) ini memang sangat dinamis dalam beberapa bulan terakhir itu ada perubahan gitu. Di sini ada pemred kemudian di sini ada redaktur pelaksana cetak, disini ada redpel digital, di sini ada redpel multimedia gitu ya. Di sini ada *content manager* di bawahnya di sini bawahnya ada *content manager* juga. Kemudian *manager platform*. Jadi karena digital itu bukan hanya konten tetapi juga mengelola bagaimana website ini establish, yang mengelola *cloud*, mengelola iklan dan sebagainya gitu. Di bawah ini ada reporter ini ada staf dan sebagainya, kalau di sini ada manager kreatif, manager SEO, ini ada manager medsos, manager mensos ini baru per hari ini pindah di multimedia, sebelumnya ditempatku.

RE: Per hari ini?

DN: Per hari ini.

RE: Berarti ini kalau dicetak udah gak ada reporter?

DN: Nggak, disini.

RE: Menyatu sama ini?

DN: Iya, makanya dibilang jadi directionnya sekarang di sini, dulu di sini sekarang digeser di sini. Jadi reporter walaupun CM Ini bisa berdiskusi dengan reporter cuman directnya tugas dan sebagainya ada disini.

RE: Oke saya lanjutkan ya pak, apakah terjadi penyatuan ruang redaksi antar unit platform pak? bila iya bagaimana bentuk penyatuan yang dilakukan?

DN: Saya cerita dulu, dulu lantai (lantai 2) ini hanya untuk koran, kemudian ada dot com di ujung sana. Karena dot com tambah besar kita pindah ke lantai tiga, sama multimedia, multimedia waktu itu baru, kebetulan aku pernah di multimedia kemudian sekitar 4 tahun yang lalu dijadikan satu semua *platform*. Pembagiannya ini ke sini itu digital, kemudian yang tengah dikit itu cetak, yang sebelah sana multimedia (menunjukkan tata letak ruang redaksi).

RE: Jadi ini sudah satu lantai?

DN: Satu lantai.

RE: Lalu untuk *Solopos* itu sempat mengadakan semacam pelatihan gitu pak? untuk jurnalisnya agar mengikuti itu?

DN: Dalam satu tahun terakhir setiap melakukan *recruitment* terbaru itu didikannya sudah berbeda. Jadi sejak awal mereka sudah dididik adanya wartawan *multiplatform*. Ini juga selaras dengan manajemen *Solopos* kita kan sudah menuju kearah yang jelas. *Solopos* bukan lagi hanya perusahaan koran, *Solopos* adalah perusahaan informasi. Koran hanya salah satu platform, begitu pula dengan digital itu hanya platform informasi kita, pasti kami menyediakan informasi gitu ya, nah koran, dot com, medsos itukan saluran-salurannya.

Nah jadi untuk yang anak baru gitu sekarang didikannya berbeda dengan era saya gitu, mereka dididik sudah diajarin gimana sih karakteristik medsos, gimana sih SEO itu apa terus kemudian gimana *online-first*, Gimana karakteristik cetak, kaya gimana dan karakteristik *online* itu gimana, itu udah diajarin diawal.

Lalu yang lama apa? mengadakan ya kaya pelatihan-pelatihan untuk semua redaksi. Yang sharing session oh kita bahas ini, nah kalau di digital kaya hampir setiap minggu satu kali saya bikin catatan gitu apa sih yang akan kita omongkan dalam seminggu ini. Oke misalkan minggu ini kita ngomongin tentang SEO, apa itu SEO, trs gimana sih ini.

Terus dalam pertemuan dot com itu hampir sebulan setidaknya satu kali seluruh tim berkumpul nanti sharing “oh kinerja kita kemarin kayak gini nanti apa yang perlu diperbaiki di sini apa” gitu. Jadi untuk yang sudah masuk sebelumnya ya melakukan evaluasi singkat gitu, sama-sama belajar sambil jalan, karena industri kan mau nggak mau harus cepet.

RE: Apa saja fasilitas yang diberikan kepada para staf redaksi untuk mendukung proses konvergensi ini?

DN: Fasilitas untuk mendukung proses gitu ya, iya maksudnya apa nih dalam bentuk?

Ruth: Misal disediakan laptop atau kamera?

DN: Oke kalau kamera sekarang cenderung orang menggunakan *handphone*, menggunakan *handphone* dah selesai gitu, laptop, sekarang wartawan itu udah pake *handphone*, kalau yang pasti di kantor ada PC. Fasilitas yang lain karena mereka membutuhkan koneksi data ada tunjangan internet, kemudian tunjangan liputan bagi yang liputan, tunjangan transportasi, ini jadi itu ikut digaji tetapi bukan bukan gaji pokok gitu. Mereka dapat tunjangan-tunjangan antara lain uang transport, internet, itu sih kalau fasilitas rata-rata sekarang reporter tuh bahkan ngetiknya dah pakai *handphone* karena CMS nya di *mobile first*. Artinya bekerja terus menggunakan *handphone* karena kan memang agak cepet gitu kan ya jadi pake laptop juga nggak sempat.

RE: Lalu apakah terdapat kendala dalam proses produksi berita setelah solopos memiliki beberapa platform?

DN: Mungkin bukan kendala ya tapi lebih ke tantangan. Artinya gini, setiap wartawan atau manager atau siapapun itu yang berada di redaksi mereka dididik sudah terpola dalam waktu sekian tahun atau contohnya aku lah. Sekarang sebagian orang-orang yang di redaksi itu awal mulanya dididik menjadi wartawan cetak. Tapi seiring perubahan harus berkembang, ketika ada perubahan-perubahan kayak gini struktur ini lalu dan sebagainya

gitu kan butuh adaptasi lagi. Karena namanya industri, adaptasi enggak bisa berlama lama, harus cepet gitu ya. Itu kadang mungkin ada yang enggak bisa ikutin ritmenya, ada yang terpontal-pontal lah ya istilahnya.

Kayak misalkan cetak kan gatau SEO itu apa, tapi sekarang mau enggak mau dibikin tetep harus paham dong gimana caranya SEO. Yang sebelumnya hanya fokus konten, sekarang dia harus mengolah medsos dengan berbagai karakteristik platform yang berbeda-beda. Karakteristik TikTok dan karakteristik facebook berbeda. Nah ini yang harus belajar adaptasi disitu, jadi hampir semua hal ini itu belajar beradaptasi gitu kalau kendala itu tantangan selalu ada, yang pasti adalah di mana pemred sampe redpel membikin sistem agar semua bisa beradaptasi dengan cepat, itu sih.

Karena didikannya dulu yaudah nulis nulis aja kalau sekarang kan enggak, bagaimana memahami algoritma mesin di google, kalau digital ya khususnya. Kalau dicetak ya bagaimana memperkaya isi konten. Sebenarnya proses belajar ini belum berakhir gitu ya maksudnya bisa jadi trend nya sekarang seperti ini tapi sekian waktu kemudian akan berubah, ya kita harus mengikuti perubahan lagi gitu.

RE: Lalu bagaimana dampak penerapan konvergensi ini untuk perkembangan Solopos sendiri sebagai media cetak lokal selama beberapa tahun?

DN: Kalau kita bicara *Solopos* sebagai media lokal itu artinya mindsetnya adalah koran banget, tapi kalau kita bicara kita berani *declare* gitu ya dan tentu nanti kamu bisa cek sendiri karena ini ada keterbukaan data, kalo *Solopos* sebagai media lokal itu korannya, tapi kalau *Solopos.com* itu adalah media regional terbesar di jateng dan DIY.

Itu bisa dicek menggunakan pemerinkatan *similar* web atau *tools-tools* pemerinkatan website. Di jawa tengah dan DIY, *Solopos.com* berada di peringkat atas nomer 1. Dalam konteks yang kita bicarakan ini, bagaimana dengan konvergensi ini berdampak ke perkembangan, ya artinya sekarang ini konvergensi bukan hanya kaitannya dengan bagaimana awak redaksi beradaptasi tapi bagaimana orang-orang di media beradaptasi dengan perubahan model bisnis media gitu.

Dengan model bisnis, tentu ambil contoh sekarang istilahnya iklan sekian halaman berapa kolong jadi misalkan *Solopos* dengan konvergensi itu melahirkan beragam produk-produk yang sebelumnya mungkin belum ada. Misalkan di *Solopos.com* itu ada konten berbayar atau *paid content* *Espos Plus* gitu, orang mau baca harus bayar dulu gitu. Konvergensi itu saatnya kita bisa melahirkan berbagai produk-produk kemudian melahirkan visual interaktif. Jadi orang baca informasi itu kan harus text gitu, jadi bisa menggunakan interaktif. Jadi sebenarnya dengan konvergensi itu masuk ruang-ruang yang sebelumnya belum pernah kita masukin gitu, dengan salurannya yang sangat beragam kalo sekitaran di kita itu kan statis sangat luas dan beragam, itu akhirnya merubah model bisnis yang dikembangkan kemarin.

RE: Lalu pertanyaan berikutnya, Bagaimana pembagian peran dan tanggung jawab sebagai redaktur pelaksana Solopos.com?

DN: Redaktur pelaksana di digital bertanggung jawab urusan teknis gitu, mendistribusikan tugas. Jadi pemred lebih bertanggung jawab untuk satu ruangan, aku mendistribusikan tugas, mengatur SDM fokusnya mau ke mana, ngawal kinerja orang per orang yang ada di digital. Jadi lebih ke bertanggung jawab sepenuhnya tetapi lebih ke teknis ya, kalau kebijakan tentu tetap berdiskusi dengan pemred tapi pengambil kebijakannya nanti redpel. Kalau misal kaya gini aku ngurusin teknisnya kaya gimana misalkan gimana caranya *page views Solopos.com* harus sekian puluh juta gitu oke berarti aku ada kerjaan harus gimana, “oke nanti kontennya harus kita fokus di konten ini”, “kita kembangkan ini SDM nya”, “aku fokus di kompartemen mana”. Aku lebih fokus kesitu, jadi ketika ada kebijakan dari manajemen atau pemred aku mengubah kebijakan itu menjadi teknis sehingga bisa diaplikasikan di tim SDM.

RE: Kalau yang untuk menentukan konten itu termasuk tugas bapak atau dibawahnya?

DN: Nah ini ada sedikit perbedaan dengan paper gitu ya. Hampir semua media online itu pasti istilahnya upload ya, ketika artikel ini jadi tayang itu dilakukan oleh *content manager*. Tetapi aku memberikan garis-garis kebijakan misalnya “oke nanti fokusnya ke ini ini ini, kita fokus bermain di area apa”, itu yang melakukan *content manager* jadi CM lakukan sendiri. Nah ketika orang itu keluar dari rule dan sebagainya itu akan ada catatannya “oke ini kenapa keluar dari rule”. Hari ini fokusnya ngerjain apa itu setiap hari ada, dipandu kompartemen ini fokus ngerjain ini, kompartemen ini fokus ngerjain ini.

Ruth: Kemudian, di Solopos.com sendiri kan ada desk seperti olahraga, life style gitu, nah desk-desk seperti itu apakah yang ada di setiap redaksi ini beda-beda atau jadi satu ya pak?

DN: Jadi kalau di dot com istilahnya kompartemen, kompartemen gitu jadi misalkan *Solopos.com* di kompartemen olahraga ada dua orang sedangkan dicetak punya 1 orang. Ini sebenarnya terpisah tapi bukan pisah tegas gitu. Maksudnya begini, mereka biasanya bisa saling berkoordinasi “oh ini kayanya kontennya udah ada nih, kita pake aja”, contohnya begitu. Contoh yang paling konkrit begini, CM kota Solo dia mengelola kota Solo ini, CM *online* ada sendiri sama cetak ada sendiri. Kemudian ada reporter kota Solo mereka disatu grup, CM cetak, CM online sm reporter sebenarnya di 1 grup. Ya ada interaksi-interaksi yang sangat kuat, saling berinteraksi secara langsung karena ada persaingan secara langsung.

RE: Berarti yang tadi saling berhubungan itu ya dalam desk olahraga itu juga seperti yang tadi sama?

DN: Sama hampir semua desk, misalkan tim *life stylenya Solopos.com* gitu ya, dia udah bikin ini, nah di rapat jam 1 dia memasukkan listing berita infotainment apa *life style*. Kalau koran kan dia tinggal ngambil itu, karena sudah diposting, jadi sebenarnya ada di rapat tentu ada interupsi di semua *platform* gitu jadi anak *online* yang sudah masuk gitu udah bikin ini, itu teman teman yang ngambil pake ini disini ini jadi ngambil.

RE: Lalu selanjutnya, bagaimana keterlibatan peran redaktur pelaksana *Solopos.com* terhadap proses pemberitaan antar *platform* Media?

DN: Banyak sih kalau antar platform dalam berbagai ini misalkan ada konten yang harus tayang di *online* atau YouTube gitu ya, saya mengambil contoh yang paling gampang ya. Agak sedikit balik pertanyaan yang tadi, apa sih konvergensi gitu dampaknya Solopos. Sejak melakukan era konvergensi secara maksimal kita menggarap ekspedisi. Jadi liputan mencari informasi tapi *by* tema, oke ekspedisi energi temanya soal energi gitu ya.

Nah ketika itu kan saluran kontennya *multiplatform* kaya misalkan ekspedisi. Pertama aku memasukkannya nanti yang dot com tayangnya sehari empat kali temanya ini ini nanti tolong tema nya ini tayangnya tanggal sekian sekian. Tapi kan *daily* rutin gitu kan, biasanya kaya gini harus tayang gimana nih, kami koordinasi dengan redpel cetak “mas ada ini ini” oke bisa dipake ini gini kan jadi saling menyinkronkan konten yang ada di dot com dan cetak, cetak seperti apa atau dotcom seperti apa. Atau apa mungkin sebaliknya kita bikin *event* gitu ya, *event* dari YouTube artinya tim multimedia gitu ya live lalu gimana nanti teksnya yang dinaikin di dot com gitu. Jadi misalkan “eh ini ada live ini” orang multimedia koordinasi dengan timku “ini nanti tayangnya ini jam berapa ini ini” itu sih.

RE: Ini mungkin pertanyaannya udah terjawab tadi ya, apakah konten-konten di situs *Solopos.com* dikerjakan sepenuhnya oleh tim redaksi sendiri atau masih sering berkoordinasi dengan tim redaksi *platform* lain pak?

DN: Yang dot com itu ya mayoritas dot com, tetapi ada beberapa konten-konten cetak jadi dia tayang di koran gitu tapi juga nanti akan dinaikan di dot com. Itu CM cetak akan naikkan sendiri di CMS yang disebutkan diawal tadi. Di naikin aja, jadi sebenarnya ada persinggungan walaupun kalau naiknya itu mayoritas ada di dot com.

RE: Lalu bagaimana alur pemberitaan dari perencanaan hingga publikasi pada redaksi *Solopos.com*?

DN: Oke, yg di solopos.com ya? gampangnya gini, setiap pagi ada rekomendasi konten itu sekitar jam 8-9 itu dikeluarkan, kita keluarkan itu dari tim SEO. Tapi kompartemen ini fokus kerja ini ini, kompartemen ini fokus kerja ini itu nanti akan digarap oleh *content manager*. Nah sembari reporter itu mencari, CM juga bisa mencari sendiri itu dikerjakan, nanti jam 1 siang itu ada rapat lintas *platform* tadi yang disebut, jadi bukan hanya dot com tapi juga cetak, semua terlibat disitu. Kemudian sekitar jam 2-3an ada rekomendasi *follow the content*, jadi nanti *content manager* ngecek “hari ini pagi sampai sore yang ramai apa” “oh ini ini” nanti dia kasi catatan rekomendasi “ini ada orang baru ngomong ini” oke silahkan nanti *difollow the content*, itu sekitar jam siangan. Jam 19.00 rapat malam perencanaan “oke bisa ngerjain apa” dan sebagainya. Lintas portal lagi itu sih siklusnya kurang lebih.

RE: Jadi reporter yang mengirim ya?

DN: Iya reporter itu mengirim, jadi di *Solopos* menerapkan antara reporter dengan *content writer* itu setara. Artinya seorang reporter dia bisa suatu ketika dia harus jadi *content writer*, *content writer* kalau suatu ketika dibutuhkan jadi reporter dia akan bekerja di lapangan.

RE: Jadi fleksibel ya pak?

DN: Iya, dia bisa keluar hari dia bisa diganti apa lapangan bisa jadi ditarik ke kantor untuk jadi *content writer*.



Nama Informan: Oriza Vilosa (OV)

Jabatan Informan: *Content Manager* Koran Harian Umum Solopos

Pewawancara: Ruth Elisha (RE)

Hari: Senin, 1 Agustus

Tempat: Ruang Redaksi Solopos di Lantai 2 Griya Solopos Media Group (SMG) Jl. Adi Sucipto 190, Karangasem, Kota Surakarta

RE: Bagaimana pembagian peran dan tanggung jawab sebagai konten manajer koran *Solopos*?

OV: Pertama, merencanakan secara harian untuk edisi berikutnya ya secara *temporary* tertentu gitu. Seminggu sebelumnya ada tema-tema yang sesuai hari tertentu kayak gitu, merencanakan membuat TORnya liputan segala macam. Berikutnya ya mengeksekusi itu meliputi *collect data* yang disupport oleh reporter dan CM lain. Misalkan saya karena di sini ada Soloraya, mungkin ada yang nasional segala macam itu dari perencanaan kan ada umpan- umpan bahan materi dan sebagainya, abis kita peroleh semacam dikelompokkan, arahnya gimana kalau kurang kita kejar yang seperti apa kalau cukup ya sudah kita packaging gitu. Setelah itu untuk kita yang reguler seperti itu selebihnya, oh juga menyiapkan materi grafis yang nanti disupport oleh tim desain untuk perwajahan semacam pengguliran data biar pembaca itu makin mudah mencerna apa yang isu apa yang sedang kita gulirkan.

RE: Bagaimana keterlibatan peran CM koran ini terhadap proses pemberitaan antar platform? apakah ada keterlibatan?

OV: Ya jelas, sifatnya kalau kami kan memang sinergi. *Platform* itu kan muaranya, kami tetap apapun *platformnya* kan kegiatan jurnalistiknya sama gitu kan. Cuma mungkin ada fungsi-fungsi yang mensupport di setiap *platformnya*. Fungsi-fungsi yang *support* ke koran itu juga dipakai untuk platform digital. Dan juga etalase informasi kami di media sosial itu kan juga sama itu ya intinya sinergi.

Nah rule nya di redaksi kan ada rapat redaksi ya, ada dua kali dalam sehari. Siang lebih ke budget untuk hari besok, nah untuk malam lebih ke perencanaan untuk lusa kan begitu. Nah itu kan semua dikeluarkan di situ mana yang kurang mana yang lebih butuh seperti apa, apakah yang menyediakan platform digital sudah *running* per pagi isunya, kita kan juga harus ada diferensiasinya yang mana kemudian kedalamannya juga kalau koran dituntut lebih celahnya di mana.

RE: Brarti masnya ini sebagai *content manager* juga bertugas untuk misal ada konten dari *Solopos.com* yang ingin dimasukkan ke koran, itu juga tugas mas untuk memperdalam menulis lagi yang konten dari *Solopos.com* itu?

OV: Ya, yang jelas ya kita kan setiap lintas itu saling mengakurasi juga, saling mengakurasi karena kita ada etika konten, pedoman segala macam itu kan kita ada yang seperti tangan panjangnya iu KEJ (Kode Etik Jurnalistik). Karena kan di setiap lapak *platform* itu kan

punya psikologis masing-masing, nah di antara kami itu walaupun beda *platform* ya saling melihat dan saling mengevaluasi kita ada sistemnya.

RE: Lalu apakah konten-konten koran itu dikerjakan sepenuhnya oleh tim redaksi sendiri atau yang masih sering berkoordinasi?

OV: Ya seperti itu ya, saling berkoordinasi ada. Kalau ngomong saluran ya saluran informasi dari bagaimana informasi itu *dicollect* mau sampai disajikan itu memang ada beragam pola yang dari reporter ke CM. Nah CM daerah misalnya kan kalau saya halaman satu ya enggak langsung *handle* tapi kayak mengkompetisikan konten-konten di antara CM- CM yang halaman dalam dan plus yang dari *platform* lain. Kita seleksi kan dan artinya tergantung, kalau itu datangnya dari dot com ya kita ada yang kita ambil satu dari sana. Kemudian kami lengkapi seperti itu gitu sih terus alurnya itu sangat fleksibel.

RE: Tadi disebutkan CM yang halaman pertama itu berarti berbeda sama CM halaman berikutnya pak?

OV: Iya beda, dari sisi strukturnya kan halaman utama itu didukung resourcenya daerah lokal dan nasional kadang internasional, nah mau lokal atau nasional ini kan ada CMnya sendiri kan.

RE: Jadi per daerah tu ada CM sendiri?

OV: Ya ada, di sini tuh kalau koran satu CM bisa dua wilayah dua kabupaten, sama juga yang CM dot com itu dibagi shift, per shift itu ya satu CM.

RE: Lalu bagaimana alur pengiriman hasil peliputan pada redaksi koran cetak saat ini pak?

OV: Prinsipnya kalau *resource* itu dijangkau oleh reporter, reporter menyusun terus dikirim ke CM melalui sistem informasi teknologi informasi yang kami punya CMS kaya gitu. Kalau misalkan itu *resource* juga bisa diakses enggak ke CM langsung, kayak saya ke Boyolali bisa tergantung aksesnya itu izinnya ya dari rapat redaksi gitu. Kalau memang dari rapat redaksi mengizinkan kita *collab* datang ke Soloraya nih misalkan kayak hari ini tentang Gusdur itu di Soloraya kek gimana nah itu akses kesitu semua, jadi dapat lampu hijau dari semua CM saya akses reporter yang mana nah lewatnya ya *single newsroom* itu gitu.

Kalau cms ini sekarang ini baru berapa bulan. Nah sebelumnya pakai portal internal, jadi semua bisa akses iya pengaturan sesuai ini yang mana CM, mana reporter lalu reporter juga cuma bisa ngirim dan lihat punyanya sendiri, Terus berapa bulan sebelumnya lagi yang itu lebih lama berlangsung kami pakai email *newsroom* di mana reporter mengirim ke email yang berkepentingan, bisa CM nya, perhalaman atau jobdesknya. Bisa juga melompat misalkan “oh buat halaman satu nih cc ke ini”. Itu sejak saya masuk per 2009 seingat saya ganti 2 kali email *newsroom*. Ya temen-temen IT secepatnya melihat merekomendasikan untuk kepraktisan karena kebutuhan cepat dan distribusinya bisa terjangkau ada banyak ke *newsroom*.

RE: Siapa yang berperan sebagai penghubung untuk mengkoordinasikan dan menentukan penyaluran berita antar platform?

OV: Penghubungnya adalah rapat redaksi. Rapat redaksi itu komponennya ada *content manager* (CM), redaktur pelaksana (redpel), dan dipandu oleh pemimpin redaksi (pemred). Itu yang mengatur antar platform tapi dengan SOP yang sudah dibikin kadang untuk isu-isu tertentu ini bisa saling nangkap gitu. Misalkan kan nanti bikin ini nih memang lagi butuh digulirkan di masyarakat ada yang dari platform digital juga ambil langsung. Sebagaimana dot com ini memang lagi rame dan dibutuhkan ya saya juga bisa ngambil dari sana. Tapi seperti dasar SOP itu ada, sehingga bagaimana ini pengaturannya mau konsen ke mana ngambil ini nih ada umpan ini bisa diolah segala macam di rapat redaksi.

RE: Apakah terjadi perubahan di struktur redaksi koran setelah Solopos jadi punya berbagai platform pak?

OV: Ada, kalau dulu istilahnya redaktur, reporter redaktur dibawa ke rapat redaksi terus dikembali ke masing-masing halamannya. Kalau sekarang dot com juga gerak sendiri, dia juga punya akses reporter dan *direct* itunya juga beda, ya saling mengerti, artinya pencabangan struktur itu menyesuaikan kebutuhan akses ke *resource* sebenarnya dan isu-isu yang nanti dibutuhkan dihubungkan ke *resource*. Karena kan kalau bisa lihat kan sekarang yang *happening* apa yang viral apa bisa kita ambil tapi dengan kode etik tentunya. Kita perdalam kita lengkapi kita mintakan konfirmasi ya. Jadi struktur berubah pasti, tapi alur dan polanya sama gitu ada penambahan fungsi-fungsi yang harus saling terkait.

RE: Apakah terjadi perubahan penempatan ruang redaksi setelah Solopos memiliki beberapa platform?

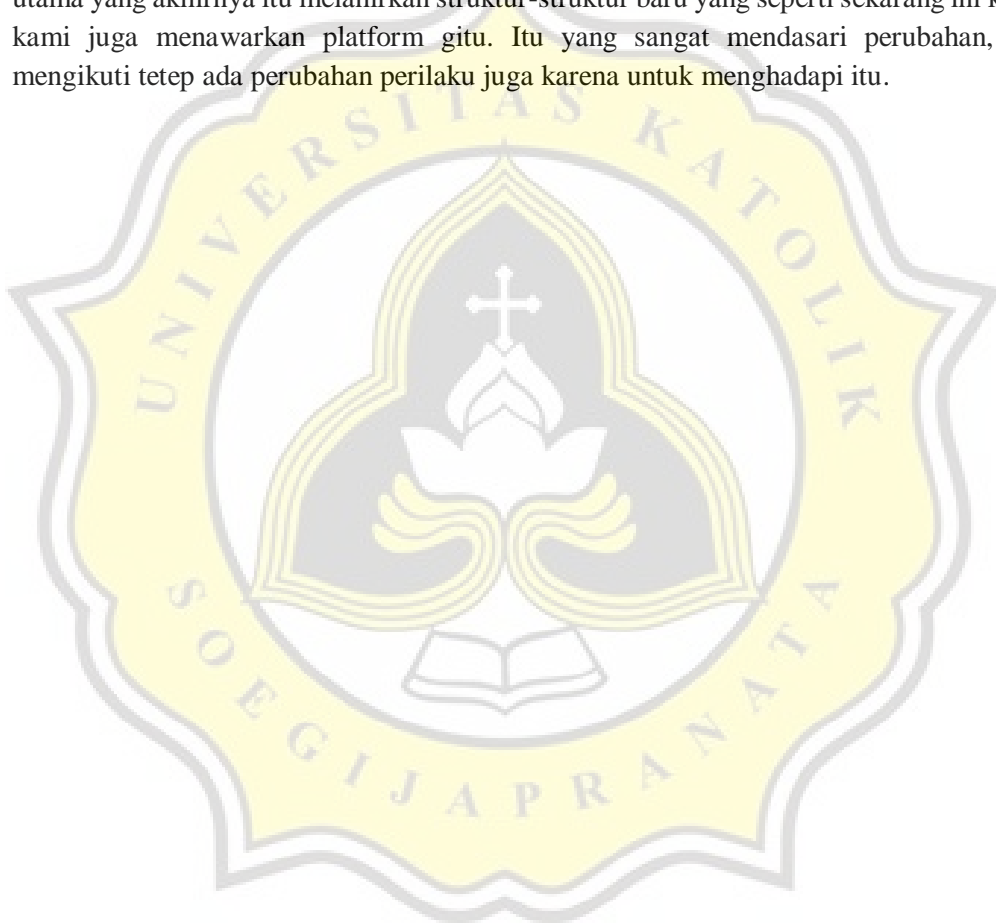
OV: Sempat, dot com ini dulu rantai tiga, karena kesadaran atas sumbernya beda platform cuma beda *style* arah ke konsumennya, tapi muatannya informasinya sama. Dalam menyusun atau menyajikan itu sebenarnya prinsip yang kamu gunakan itu sama yaudah, dan kita punya keputusan redaksi yaudah akhirnya jadi kebutuhan untuk yaudah ngelebur jadi satu malah saling menyumbang ide lah gitu.

RE: Lalu apakah terdapat kendala dalam proses produksi berita setelah Solopos memiliki beberapa platform? untuk yang koran sendiri?

OV: Saya rasa lebih tepatnya tantangan bukan kendala, kalau tantangannya misalkan kalau ke online itu kan psikologisnya memang kebutuhannya cepat dan akurat kan gitu. Kalau boleh membagi, koran lebih ke ya cepat, ya akurat, ya lengkap, ya mendalam kan gitu. Itu tantangan, karena apa saya sebutnya tantangan, kan akhirnya menjadi seperti punya doktrin masing-masing, yang ini cepat akurat, yang ini cepat mendalam, ini *happeningnya* di jagat maya itu kayak gini. Kami yang mungkin lebih mengadopsi sudah myatanya gini, itu menjadi perdebatan yang panjang kadang dengan pengaruh algoritma itu membuat membutuhkan tantangan untuk mendekati psikologis kesana akhirnya kami juga berdebat kayak konten kedalaman ya gitu kan ya itu tantangan. Tantangan tadi ya kalau sampai saat ini di kami sih sebenarnya tidak akan pernah selesai itu dinamis, kalau bicara selesai belum tapi pedomannya sudah ada, karena pasar itu berubah-ubah gitu.

RE: Kalo terkait perbedaan alur kerja antara tim redaksi koran dulu sama sekarang yang masih konvensional sama sekarang itu garis besarnya apa?

OV: Perbedaannya perilaku konsumennya beda, kalau dulu koran itu udah arus utama banget ya dalam arti orang berburu untuk mengakses informasi. Tapi sejak berkembangnya gawai dengan sistemnya yang murah, terjangkau dan menjanjikan industri, banyak itu kan fenomena Youtube dan segala macam, ya akhirnya itulah dirupsi. Ya terjadi dirupsi artinya yang mendasar ya, perilaku konsumen yang harus tau apapun ya kami industri kan harus diadaptasikan ke produksi kan tetep kode etik juga dedikasi untuk jurnalistik untuk ini sudah ada dasarnya tapi lebih ke cara menjangkanya seperti apa itu yang perbedaan utama yang akhirnya itu melahirkan struktur-struktur baru yang seperti sekarang ini kenapa kami juga menawarkan platform gitu. Itu yang sangat mendasari perubahan, kami mengikuti tetep ada perubahan perilaku juga karena untuk menghadapi itu.



Nama Informan: Sri Sumi Handayani (SS)

Jabatan Informan: *Content Manager Solopos.com* (Nasional dan Regional)

Pewawancara: Ruth Elisha (RE)

Hari: Senin, 1 Agustus 2022

Tempat: Ruang Redaksi Solopos di Lantai 2 Griya Solopos Media Group (SMG) Jl. Adi Sucipto 190, Karangasem, Kota Surakarta

RE: Jadi yang pertama, tadi tentang job desknya *content manager digital* apa saja mbak?

SS: Oke kalo di *Solopos.com* itu kan sebenarnya ada banyak CMnya, kemudian kalau saya job desknya itu di nasional & regional pagi gitu.

RE: Jadi per deks?

SS: Jadi kayak misalnya ada yang Soloraya, kayak mas tadi nyebutnya CM daerah itu masuknya CM soloraya. Jadi kabupaten kota yang ada di Soloraya itu punya *content manager* sendiri-sendiri, kemudian ada juga karena kita *basic* nya adalah *online* jadi kan nggak mungkin hanya Soloraya, kemudian ada dibagi lagi untuk nasional & regional gitu. Nah kebetulan ada beberapa *content manager* untuk nasional regional ini, salah satunya ya saya. Nah regionalnya ini spesifiknya ada Jawa Tengah, Jawa timur, dan DIY, selain itu nanti masuknya ke kanal nasional kek misalnya jawa barat kemudian yang ada di pulau sumatra kalimantan dan sebagainya itu nanti masuknya ke nasional.

Nah tugasnya apa agak berbeda ya dengan CM yang ada di daerah. Kalau daerah itu mereka punya reporter yang memang di masing-masing daerah kita punya dua, kecuali Solo karena *bagbondnya* Solopos maka kita punya 4 reporter Dan 1 wartawan khusus untuk olahraga gitu. Nah kalau untuk daerah lain selain kota Solo kita punya dua masing-masing reporter kayak Sukoharjo, Wonogiri Sragen dan sebagainya itu kita punya dua. Kalau untuk saya, saya tidak punya reporter tapi saya punya kontributor yang ada di khusus Salatiga dan Ungaran, kita punya kontributor yang ada di sana satu orang itu nanti untuk membantu saya pasokan berita ke regional Jawa Tengah. Kalau untuk DIY, *Solopos* itu punya anak perusahaan *Harian Jogja*, nah jadi kita mengambil dari kanal harian jogja. Kemudian kalau untuk nasional, saya biasanya menggunakan berita yang ada di *Antara* sama *Bisnis.com*. Jadi hanya dua sumber berita itu yang halal dalam tanda kutip bisa untuk diambil, selebihnya biasanya kita nonton tv kayak gini, jadi kita bisa bikin berita lewat televisi, kalau nggak lewat *channel* YouTube kaya gitu sumber berita yang halal.

RE: Oke lalu bagaimana *Solopos* memanfaatkan teknologi digital dalam proses produksi beritanya mbak?

SS: Jadi pemanfaatannya ya pada akhirnya nggak cuma yang kita manfaatkan *browsing*, bahasa istilahnya kita nggak cuma *browsing* di google aja apa sih yang lagi tren. Kita juga ngecek di Twitter kemudian kita ngecek di semua jenis medsos itu lah. Kemudian kita cek gitu kayak semacam intel kalo di kepolisian ya, jadi kita masuk ke grup-grup, banyak grup gitu kan baik itu grup di medsos atau kemudian grup di Twitter dan grup-grup yang dibikin

oleh komunitas tertentu di Whatsapp gitu itu bisa menjadi sumber berita. Kemudian televisi, media elektronik itu juga sumber berita kayak gitu. Banyak hal, terus kemudian jurnal, jurnal bikinan teman teman kampus itu sering menjadi rujukan kita untuk membuat berita terutama berita-berita kek semacam berita *evergreen*. Kemudian, berita-berita yang berkaitan dengan sejarah kayak gitu tuh yang enggak semuanya dibikin oleh teman-teman media yang lain gitu tapi ternyata itu menarik trending di Twitter atau trending di medsos mana. Jadi sering banget kita ambil rujukan dari karya-karya ilmiah dari teman-teman akademisi gitu.

RE: Apakah Solopos memiliki sistem *newsroom* versi digital semacam CMS untuk mengirim semua hasil peliputan berita?

SS: Oh ada ada

RE: Nah itu kira kira bagaimana teknis pengiriman dan pengambilan konten di CMS itu mbak?

SS: Nah yang hanya boleh mengakses CMS itu adalah reporter yang ada di wilayah Soloraya, hanya mereka yang boleh mengakses CMS itu. Mereka mengirim berita ke CMS disimpan dalam bentuk draf, kemudian nanti ketika sudah dikirimkan itu hanya tulisan. Kami bisa mengakses tulisan mereka lewat salah satu istilahnya kayak kanal di CMS itu (menunjukkan tampilan CMS) ini semua kiriman reporter bisa kita akses di salah satu kanal yang memang itu jadi kayak semacam tempat pengumpulan semua tulisan reporter kaya gitu.

Nah di situ karena kita harus berbagi dengan teman cetak, kita enggak bisa yang kemudian langsung mengakses berita ini kemudian dengan sistem yang kemudian setelah diakses hilang. Makanya dibikinlah sistem yang ketika kita mengakses berita bikinan teman-teman, berita ini masih ada di file ini. Jadi dibikin satu tempat yang itu khusus untuk mengepul berita cuma ketika kita mengakses berita itu, berita itu enggak hilang dari sini karena berita ini nanti juga akan diakses oleh teman teman cetak, itu ada sistem yang seperti itu. Jadi ketika kita mengunggah satu berita, berita ini enggak hilang, itu masih ada dan teman-teman masih bisa ngecek “oh tadi reporter ini kirim berita ini” kek gitu. Itu dibuat supaya tidak menyulitkan semua pihak, karena misalnya suatu sistem yang ketika kita kemudian tulisan ini kita klik sunting itu hilang dari CMS, akan menyusahkan temen temen untuk menemukan berita yang reporter kirim. Itulah kenapa pada akhirnya kita pakai konsep baru itu kloning

RE: Oh jadi kaya dicopy dulu?

SS: Iya, jadi ada sistem *copy* kloning berita supaya cerita ini enggak hilang, cerita yang asli enggak hilang. Itu untuk memudahkan teman-teman cetak ngecek kiriman reporter macam itu, nah itu sistem itu berbeda dengan kontri. Kontributor tidak boleh tidak diizinkan untuk masuk CMS, kontributor dibuatkan kanal sendiri. Karena bagaimana pun mereka itu orang-orang luar, meskipun kita memakai jasa mereka tapi kan hitungannya berbeda, mereka bukan karyawan.

RE: Itu brarti kalau yang untuk kontributor, *newsroom* ini dianggepnya apa ya kak? maksudnya bukan CMS brarti ini apa?

SS: Bukan, ya mungkin bisa disebut CMSnya mereka kali ya, CMS tersendiri. Kemudian di CMSnya kita ini kan hanya untuk mengunggah berita, foto kiriman teman-teman reporter regional daerah yang ada di Soloraya masuknya ke *newsroom*. Jadi memang tidak diakomodir lewat CMS karena kita punya aturan tersendiri soal foto, ukuran, kualitas fotonya, besaran size nya seperti itu ada aturan khususnya. Kalau misalnya teman-teman reporter yang di lapangan itu kemudian dibikin ribet karena satu hal teknis gitu kan kasihan, pada akhirnya ya sudah foto apapun yang mereka kirimkan silahkan dikirim kemudian kita yang handle. Nah makanya diakomodir lewat *newsroom* tadi.

RE: Jadi foto nggak masuk CMS?

SS: Enggak, foto nggak masuk CMS. Itu nanti foto yang akan menjadi domain kita CM.

RE: Lebih tepat ini yang bisa ngakses CMS itu siapa aja mbak?

SS: Semua *content manager* bisa, kemudian reporter daerah Soloraya itu bisa mengakses CMS. Tapi reporter hanya sebatas mengunggah, maksudnya masukan berita, disimpan di draft. Tapi mereka tidak bisa mengupload berita, itu nggak bisa.

RE: Berarti itu wewenangnya CM?

SS: Iya wewenangnya CM, wewenang kami.

RE: Jadi tidak untuk diolah?

SS: Iya jadi tidak untuk diolah hanya mentahan berita saja. Misalnya ini tambah berita, nah mereka hanya bisa tambah judul kemudian masukkan konten berita terus kemudian mereka ngisi mereka dari mana. Ada kanal khusus untuk wilayah Soloraya jadi mereka nanti harus ngisi ini dari mana supaya mengelompok langsung di dalam CMSnya. Kemudian mereka enggak boleh ngisi "tag", ini adalah wewenang CM (menunjukkan tampilan CMS). Karena ada beberapa, tidak boleh membuat tag baru supaya nggak jadi salah paham. Terus kemudian 'foto' ini juga enggak boleh, kemudian 'summery' dikosongkan. Jadi penulis berita hanya yang boleh diisi sampai sini aja, hanya beberapa hal itu saja kemudian nanti langsung mereka masuk draf, sudah aksesnya hanya sampai situ. Yang boleh untuk editing kemudian naik mengunggah berita sampai keluar di website itu hanya content manager, kaya gitu sistemnya.

RE: Brarti CM juga berperan sebagai editor gitu ya untuk menyunting?

SS: Iya *content manager* itu pada akhirnya kalau dulu iya, seperti itu. Dulu ketika awal-awal proses *Solopos.com* berdiri, tugasnya CM itu hanya untuk menyunting kemudian mengunggah berita sampai dia tayang di website *Solopos.com*. Tapi untuk kondisi sekarang sudah tidak lagi yang seperti itu, itu hanya tugas yang *basic* banget. Nah kemudian ketambahan tugas kaya misalnya tadi saya bilang kita juga memproduksi, *content manager* jadi tidak hanya sekedar menerima kiriman dari reporter tapi kita juga memproduksi berita kayak gitu. Produksi beritanya itu mempertimbangkan kayak semacam hal yang sederhana

apa sih yang lagi viral gitu. Ya karena reporter itu kan tugasnya terbatas, mereka sudah disibukkan dengan kegiatan liputan di lapangan kalau misalnya kita masih minta mereka memantau medsos dan sebagainya akan sulit banget gitu kan. Dalam waktu sehari mereka bisa kemudian keteteran, gitu. Nah pada akhirnya itu menjadi tanggung jawab kita, kecuali untuk hal tertentu yang misalnya kita membutuhkan konfirmasi paling kita minta bantuan reporter yang ada di lapangan “minta tolong dong konfirmasi ke walikota ke bupati ada isu seperti ini” kayak gitu nah tugas mereka melengkapi.

RE: Jadi intinya CM ini juga membantu untuk melakukan riset di medsos yang di online sedangkan kalau reporter itu ke lapangan gitu ya?

SS: Pada akhirnya ada sinkronisasi seperti itu, artinya karena yang namanya konten itu kan tidak hanya kemudian melulu yang soal berita, berita buatan reporter. Konten itu kan juga sesuatu hal yang lagi dikonsumsi masyarakat sekarang yang viral, kemudian kita mengemasnya menjadi konten yang jurnalistik gitu kan. Jadi bukan cuma sekedar misalnya ada suatu hal yang viral terus kemudian kita bikin beritanya ikut heboh gitu enggak. Jadi gimana kita mengkonfirmasi sesuatu yang viral ini untuk jadi produk jurnalistik kek gitu sih. Kalau misalnya semua hal itu dibebankan ke reporter susah, paling ya hanya dilibatkan ketika butuh konfirmasi kaya gitu aja.

RE: Apakah ada yang bertanggung jawab atas pengelolaan konten CMS selain CM?

SS: Oh itu platform, seperti yang saya bilang tadi digital nggak yang kemudian monoton dalam waktu yang lama, kita harus menyesuaikan dengan kebutuhan, nah itu wewenang dari temen-temen platform, mereka yang akan menambah fitur, mengatasi ketika terjadi kerusakan dan sebagainya, itupun berdasarkan laporan dari kita sebagai *user*. Penanganan sistem yang dipakai temen-temen dot com (*online*) untuk mengolah berita. Jadi mereka lebih ke sistem yang berkaitan dengan Solopos.com, misalnya mulai dari mengunggah berita, kemudian pengolahan foto, itu ada di kebijakan mereka termasuk berapa size foto yang boleh diunggah, itu diatur oleh temen-temen platform.

RE: Jadi yang platform ini mengaturnya yang CMS saja atau Solopos.com juga?

SS: CMS iya, kemudian web *Solopos.com* juga iya, jadi semua yang berkaitan dengan *Solopos.com* mulai dari awal sampai akhir itu ada di temen-temen platform.

RE: Kalau yang bisa mengakses dan mengolah CMS itu apakah hanya CM atau di atasnya CM seperti redpel atau pemred itu juga boleh?

SS: Boleh bisa-bisa, yang boleh mengunggah itu CM tapi kalau untuk redpel kemudian pemred itu juga bisa.

RE: Brarti setiap CM mengupload itu sebenarnya tidak perlu minta persetujuan dari redpel atau pimred gitu?

SS: Enggak, itu menjadi tanggung jawab kita masing-masing ya, makanya kita juga diberi kayak semacam tanggung jawab yaudah berita itu kamu naikin ya itu tanggung jawab kamu gitu cuman memang nanti tetep ada evaluasi.

RE: Brarti *Bisnis Indonesia* nggak punya reporter olahraga?

SS: Enggak ada reporter olahraga, di Solo enggak ada reporter olahraga. karena saya juga lihat mereka jarang mengunggah berita olahraga, karena memang fisiknya mereka kanal bisnis. Nah mereka mulai ambil perbedaan itu untuk berita-berita yang nasional setahu saya itu. Jadi kurangnya mereka Bisnis kemudian mereka mulai merambah ke berita-berita Nasional, tapi kalau untuk berita olahraga ini jarang banget, hanya untuk momen tertentu

RE: Jadi kalaupun mereka mengunggah artikel tentang olahraga itu ngambilnya dari *Solopos*?

SS: Iya, sebenarnya mereka ngambil di *Solopos* pun juga bukan hanya soal yang berita olahraga, berita-berita daerah yang menurut mereka dibaca oleh masyarakat DKI Jakarta itu biasanya diambil.

RE: Mereka juga ngambilnya dari CMS *Solopos*?

SS: Enggak, ngambilnya dari websitenya *Solopos.com*, mungkin biasanya diolah sendiri sama mereka dengan judul yang berbeda. Kalau izin biasanya mereka memberikan *disclaimer* di bagian bawah kayak gini (menunjukkan contoh artikel). Ini *Solopos.com* ngambil berita dari *Bisnis.com*, nah kita bisa pasang *disclaimer* seperti ini. Nah di *Bisnis.com* juga melakukan hal yang sama, ketika mereka ngambil berita dari *Solopos.com* mereka pasang *disclaimer* di bagian bawah, *disclaimer* dan link nya.

RE: Itu namanya brarti juga tercantum di artikel yang biasanya menyunting gitu?

SS: Iya keluar, kalau artikel biasa ada ini (menunjukkan artikel), ini yang nulis anak *Bisnis.com*, kemudian ini editornya.

RE: Oh jadi *Bisnis.com* juga ditulis penulisnya?

SS: Karena itu atas kesepakatan ya, jadi kesepakatan dari aturan yang SOP nya. Pada akhirnya ketika kita ngambil di *Bisnis.com*, nama reporter mereka harus ditulis tapi akan berbeda kalau misalnya kita ngambil dari *Antara*. Kalau dari *Antara* itu yang tertulis adalah *news wire*, kita pakai *news wire* kayak gini aja (menunjukkan artikel). Kalau misalnya kode seperti ini berarti saya ngambil berita dari *Antara*.

RE: Kalau untuk medsos sendiri itu dia cuma semacam *content sharing* dari web dan YouTube gitu atau mereka juga produksi?

SS: Teman-teman medsos tidak produksi berita tapi mereka mengemas ulang, kayak misalnya mereka memasang gambar yang mungkin *screenshot* dari judul beritanya kemudian ditambah dibikin tampilan yang lebih menarik gitu, kemudian di bagian postnya itu nanti ditulisin potongan beritanya, tiga paragraf awal kemudian nanti ada *disclaimer* 'anda bisa membaca berita ini..' diarahkan ke website gitu. Itu juga tidak semua berita kemudian di *share* di medsos, berita yang berpotensi. Nah itu membutuhkan kejelasan sama jam terbang sebetulnya. Jadi kita harus pandai-pandai memilah-milah berita mana yang kita *share* di medsos.

RE: Lalu kalau perubahan posisi di *Solopos* itu termasuk cepat ya?

SS: Dulu iya, Jadi dulu tidak ada satu desk yang kemudian kita bisa di tempat itu lama, maksimal itu dua tahun, ada yang hanya hitungan hari. Ada satu momen yang waktu itu saya pernah deks pendidikan, lagi liputan di kantor dinas pendidikan jam sepuluh siang ditelepon sama redpel "oke kamu geser ke sragen ya", "hari ini?", "iya hari ini". Ya sudah terpaksa harus geser ke Sragen selama satu minggu lalu kembali lagi. Ada yang momen dua minggu di pergelaran, lagi senang senangnya liputan di Pagelaran, kemudian dijawab sama redpel "sumi kamu dimana sekarang" "pergelaran mas" "ya udah besok pindah ke boyolali" ada surat tugas keluar. Jadi kalau dulu seperti itu, tapi kemudian ada satu momen yang kita mendengar masukan dari pembaca gitu kan kenapa reporternya terutama narasumber kenapa reporternya ganti-ganti. Kita lagi berusaha untuk mengenal reporter gitu kemudian udah ganti lagi, kita harus menyesuaikan lagi gitu kan karena kan ada beberapa narasumber itu yang dalam tanda kutip cocok-cocokan, sama seperti kita enggak gampang terbuka dengan orang baru, narasumber juga semacam itu enggak gampang terbuka dengan reporter itu. Pada intinya kemudian ada kebijakan yang spesialisasi saya terakhir di Karanganyar itu 5 tahun, sebelum akhirnya masuk kesini kek gitu 5 tahun di Karanganyar nah itu spesialisasinya. Pada akhirnya enggak bisa yang kemudian dua minggu kecuali memang ada momen yang reporternya cuti kemudian itu dibantu nah itu kasuistik.

Nama Informan: Tri Rahayu (TR)
Jabatan Informan: Reporter *Solopos.com*
Pewawancara: Ruth Elisha (RE)
Hari: Sabtu, 30 Juli 2022
Tempat: *Online* via Google Meet

RE: Sekarang ini lebih tepatnya posisinya sebagai apa di *Solopos*? Reporter di unit *platform* yang mana?

TR: Tidak ada pembagian secara rinci, tetapi secara prioritas memang di online. Online itu baru dilakukan secara optimal itu mulai 2022 ini. Kalau sebelumnya memang masih ada pemilahan antara cetak dengan online, karena masih mencari skema yang tepat antara mana yang kebutuhan online dan mana yang kebutuhan cetak. Karena orientasi kita masih dua-duanya kita masih jalan dua-duanya, kita setiap berapa momentum tertentu itu ketemu diskusi untuk membahas tentang apa ya, skema atau metode yang tepat, agar ini *platform-platform* yang ada itu bisa terpenuhi itu. Kalau di kerja sekarang ya harus totalitas sekarang ada di *online*.

RE: Berarti sebelum tahun ini itu bapak sebagai repoter itu masih bergantian di tim redaksi lain gitu ya pak kadang di *online* kadang di cetak, seperti itu?

TR: Bukan, masih satu redaksi cuman sekarang kan jadi masuknya di wartawan *newsroom*, jadi kita mereportnya ke *newsroom* bukan lagi ke report ke masing-masing. Tugasnya sudah di bagi ya, misalkan aku bagian di wilayah daerah, sementara yang lainnya ada di kabupaten Karanganyar, kabupaten Klaten, bahkan ada yang penempatan ada di Semarang gitu sih.

RE: Nah ini berkaitan dengan pertanyaan berikutnya, jadi lebih tepatnya itu bagaimana proses peliputan berita yang dilakukan reporter setelah *Solopos* ini ya memiliki beberapa *platform* pak?

TR: Peliputannya biasa sih ya kayak biasa-biasa aja cuma tidak ada mindset orientasinya oh ini untuk mana, orientasinya adalah *online*.

RE: Jadi bahan beritanya itu bisa untuk *online* bisa untuk cetak seperti itu ya pak?

TR: Iya, Kalau aku reporter enggak memikirkan ini untuk online ini untuk cetak ini untuk apa nggak penting sih Yang penting kita menyampaikan laporan didasarkan bahwa mindset kita sudah terbangun di *online*, entah mau dipakai apa ya terserah redaksi.

RE: Untuk pengumpulan beritanya itu dikumpulin nya ke mana pak setelah melakukan peliputan?

TR: Ya *newsroom*, itu sudah aplikasi kayak CMS, kita masukkan lewat aplikasi CMS, sudah otomatis masuk *newsroom*. Aplikasi itu kan baru ya baru di tahun ini juga tahun 2022. Kalau di sebelum 2022 itu ngirimnya ke email, emailnya juga email *newsroom*, gaada nama, namanya ya *newsroom*. *Newsroom* itu bisa dipakai untuk semua *platform*, baik di perusahaan *solopos* maupun di anak perusahaan.

RE: Kemudian, oh iya kalau boleh tahu bapak sendiri ini udah berapa lama bekerja di *Solopos*?

TR: Ya mulai masuk itu 2005.

RE: Jadi sebelum *Solopos* punya *online*?

TR: Ya sebelum *Solopos* punya *online*, masih koran.

RE: Masih koran ya, berarti apa saja perbedaan peran reporter dari jaman dulu sebelum punya *online* sampai sekarang punya *online* pak lebih tepatnya?

TR: Bedanya ya mindset aja, mindset kita untuk mencari isu atau mengolah isunya gitu, kalau dulu itu di koran itu lebih karena cetak jadi enggak begitu ditekan ya dengan waktu saya di *online*. Kalau di cetak itu karena hari ini liputan hari ini ditulis, terbitnya kan besok dan target beritanya kan enggak sebanyak di *online*. Kalau aktivitas cetak ada minimalnya kemudian kirim. Tapi kalau di *online* kan saat itu juga ada itu juga ditulis, saat itu juga dikirim, bekerja dengan waktu.

RE: Jadi yang paling yang paling utama terasa itu kejar waktunya itu ya pak? sekarang jadi tuntutan dituntut lebih cepat gitu?

TR: Ya lebih cepat, karena kalau enggak ya ketinggalan dengan *platform* lain.

RE: Nah berarti untuk sekarang itu reporter yang misalnya di koran sama di *online* itu masih merangkap-rangkap tugas dengan di *online* atau sudah sendiri pak?

TR: Enggak ada reporter cetak.

RE: Kalau untuk yang misal *Solopos FM* itu berbeda lagi atau sama jadi satu pak?

TR: Itu beda reporter cuman informasinya kalau dari radio itu bisa mengambil ke *newsroom*, bahkan saya, saya itu bisa *live report* di radio.

RE: Jadi saling *content sharing* gitu ya pak?

TR: Ya

RE: Nah kalau di *Solopos* sendiri itu apakah terdapat jadwal rapat gabungan tim redaksi antar *platform*?

TR: Rapat dengan reporter enggak ada sih, reporter ya reporter saja khusus. Tetapi kalau antar *platform* itu ada di levelnya *content manager*, dia yang akan kapan kerja untuk cetak dan kapan dia kerja untuk online. Itu ada pembagiannya di atas, ada manajer konten itu di *online* dan manajer cetak di koran. Ini biasanya kalau di rapat redaksi ketemu semua nih tiap hari.

RE: Yang ketemu rapat berarti *content managernya* dan *content managernya* yang menentukan?

TR: Iya, kalau reporter jarang sih rapat hanya paling koordinasi itu harian itu hanya lewat Whatsapp rekomendasi harian. Tapi kalau koordinasi mingguan itu baru ketemu.

RE: Kemudian bapak sendiri tuh biasanya kalau untuk bekerja itu berarti lebih sering langsung liputan gitu ya pak daripada di kantor?

Iya.

RE: Kalau ke kantor itu biasanya beberapa kali seminggu? jarang?

TR: Sebulan satu dua kali.

RE: Lebih tepatnya itu alurnya bagaimana pak?

TR: Itu kita garap, ini tinggal isu ini sifatnya aktual, aktual itu kejadian kalo misalnya kejadian kecelakaan yaudah kita langsung ke lokasi TKP. Ngumpulin bahan, data, oke wawancara, observasi oke kita pake hp, saat itu juga, selesai, dikirimkan lewat aplikasi CMS *newsroom* itu. Foto juga dikirim lewat aplikasi *newsroom* juga. Sudah habis itu selesai tinggal mikir itu tadi pengembangan disitu apalagi yang bisa di garap.

RE: Jadi tugas reporter sendiri itu khusus untuk meliput atau sekaligus menulis ya pak?

TR: Ya meliput, ya menulis.

RE: Oh gitu produknya sudah dalam bentuk tulisan dan data yang di yang dikirim itu tulisan dan foto juga atau tulisan saja atau apa saja pak biasanya sekali liputan?

TR: Dua duanya, ya tulisan ya foto kadang ya video.

RE: Jadi langsung ke berbagai berbagai format gitu ya pak sekali peliputan?

TR: Ya, pengirimannya yang lebih prioritas dulu dikirim itu tulisan dan foto, kalau video bisa agak nanti-nanti, karena butuh *space* yang besar.

RE: Kemudian apakah Solopos ini juga pernah mempersiapkan semacam pelatihan untuk membantu para jurnalis dalam melakukan produksi berita secara *multiplatform* dan *multitasking* pak?

TR: Ada, itu berkala ya sesuai kebutuhan. Misalnya *Solopos* ingin mengembangkan *online* nih, *online* misalkan ya sesuai dengan segmen pasar, maka didatangkan satu pakar yang paham tentang itu “ini loh pake materi ini, dampaknya kayak apa sih” ini jadi paham gambarannya. Atau pernah juga mendatangkan dari wartawan di luar *platform Solopos*, misalkan dari Suara Merdeka, Tempo sama-sama sharing.

Dulu pernah ada diskusi tentang jurnalisme sastrawi, jurnalisme investigasi itu pernah, iya gitu, tentang *big data*. *Big data* itu tentang bagaimana mencari informasi berdasarkan data yang ada di internet misalkan atau data-data yang ada di instansi pemerintah. Atau juga pernah ada pelatihan tentang bagaimana mengidentifikasi berita *hoax*, nah itu ada aplikasi-aplikasinya, biasanya ada yang kerja sama dengan Aliansi Jurnalistik Independen (AJI) kayak gitu mengadakan lewat *platform* atau misalkan dengan zoom karena kemarin waktu pandemi itu. Kalau yang mendatangkan narasumber itu di kantor, dikumpulin gitu kan.

RE: Jadi termasuk rutin ya pak Solopos melakukan pelatihan kayak gitu?

TR: Iya

RE: Nah lalu apa saja fasilitas yang diberikan *Solopos* kepada reporternya untuk mendukung proses konvergensi tersebut pak?

TR: Apa ya, Fotonya DSLR ada, juga fasilitas pulsa kali ya.

RE: Kuota pak ya?

TR: Pulsa, pulsa itu ya entah mau dibeliin kuota atau pulsa telfon ga masalah.

RE: Jadi setiap reporter itu diberi fasilitas DSLR gitu pak setiap reporter atau bagaimana?

TR: Enggak, itu biasanya satu daerah satu.

RE: Oh ya berarti kalau untuk peliputan sendiri itu biasanya satu reporter atau berapa reporter pak? atau reporter dan kameramen atau sudah merangkap?

TR: Ya satu reporter.

RE: Berarti bisa dibilang *Solopos* ini pembagian reporternya itu berdasarkan daerah, seperti itu pak?

TR: Iya jadi kalau penempatannya begini karena basisnya itu di Soloraya, maka kabupaten di soloraya itu penempatannya minimal dua reporter. Nah dua reporter ini kemudian berkoordinasi untuk pembagian wilayah “oh kamu mau garap mana nih mau garap bidang apa?” nah itu tinggal koordinasi yang sifatnya tidak kaku gitu tapi luwes. Mana yang bisa digarap yang penting ada koordinasi, enggak tempur. Enggak mungkin ada satu kasus digarap dua orang, nggak mungkin ada satu lokasi kejadian digarap dua orang. Itu namanya nggak efektif ya, satu isu satu berita satu orang.

RE: Berarti kalau boleh tau bapak ini dapat wilayah mana ya pak?

TR: Sragen.

RE: Lalu apakah ada kendala pak dalam proses produksi berita setelah *Solopos* memiliki beberapa *platform* itu?

TR: Kendalanya teknis ya teknis itu begini, misalkan dalam satu waktu itu ada dua atau lebih peristiwa, atau kejadian yang ketika memilihnya itu skalanya skala prioritas. Karena nggak mungkin kan satu kejadian dalam waktu yang sama harus datang ke dua-duanya, enggak mungkin. Maka dipilih skala prioritasnya, kadang pemilihan ini ketika SDM nya terbatas maka ya agak ribet yang mana yang paling diprioritaskan. Nah biasanya kalau aku sih lebih pada aktualnya, jadi peristiwa yang sifatnya kejadian atau pertimbangan “oh yang satunya ini masih memungkinkan untuk *by phone*”. Kayak gitu atau memungkinkan mencari foto atau mencari data setelah yang satunya digarap. Walaupun ketinggalan waktu sedikit masih bisa dikejar, ya tinggal pintar-pintarnya, tapi ya itu kendala tekniknya ya di situ itu.

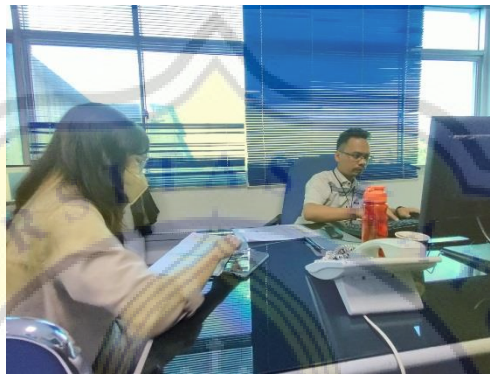
Kadang juga medan, medan yang mungkin terlalu jauh dengan waktu yang singkat misalkan karena terlalu kesorean atau maleman. Karena pada nanti teknis pengiriman, misalkan daerah pinggiran itu kadang tidak ada sinyal, tidak ada jaringan internet sehingga mau nyari mau ngirim itu harus naik gunung atau harus ke kota dulu baru bisa ngirim gitu. Itu lah kendala-kendala yang sifatnya teknis dan itu iya sedikit saja bisa diatasi sih. Kalau untuk berpikir itu *platform* apa *platform* apa enggak mikir aku ya, mikirnya ya laporan berita dah selesai.



Lampiran 4

Dokumentasi

- 1) Wawancara dengan Redaktur Pelaksana Digital (Danang Nur Ihsan) di ruang redaksi kantor Griya Solopos Media Group.



Sumber: Dokumen pribadi

- 2) Wawancara dengan *Content Manager* Koran (Oriza Vilosa) di ruang redaksi kantor Griya Solopos Media Group.



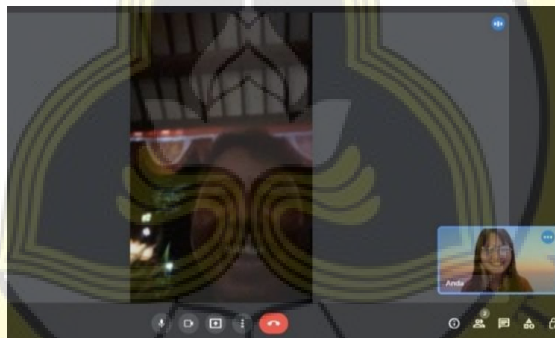
Sumber: Dokumen Pribadi

- 3) Wawancara dengan *Content Manager Solopos.com* (Sumi Handayani) di ruang redaksi kantor Griya Solopos Media Group.



Sumber: Dokumen Pribadi

- 4) Wawancara dengan Reporter *Solopos.com* (Tri Rahayu) via Google Meet.



Sumber: Dokumen Pribadi

Lampiran 5

Hasil Antiplagiasi

Similarity Report

PAPER NAME
TA-18.M1.0067.docx

WORD COUNT 20515 Words	CHARACTER COUNT 134778 Characters
PAGE COUNT 111 Pages	FILE SIZE 251.2KB
SUBMISSION DATE Oct 3, 2022 4:33 PM GMT+7	REPORT DATE Oct 3, 2022 4:37 PM GMT+7

● **10% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 9% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 6% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 8 words)

