

BAB III

PEMBAHASAN

Bab tiga ini berisi tentang penyajian data dan analisis data terkait manajemen redaksional pemberitaan film di *KRjogja.com*. bidang keredaksian merupakan salah satu dari tiga bidang dari sebuah organisasi penerbitan pers. Redaksional merupakan jantung dari sebuah media massa, sehingga peranan redaksi cukup vital dalam sebuah penerbitan media massa, dalam hal ini portal berita *online*.

1. MANAJEMEN REDAKSIONAL

Acuan yang dilakukan dalam mengetahui bagaimana manajemen *KRjogja.com* memberitakan film adalah dengan menggunakan teori yang telah dikemukakan oleh Terry (dalam Siswanto, 2006: 18) mengenai fungsi-fungsi manajemen, yaitu meliputi *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan) dan *Controlling* (Pengawasan).

Pada dasarnya fungsi manajemen dijalankan dengan sistematis dan terarah akan menghasilkan berita-berita yang baik dan menarik pada *KRjogja.com*. Berita-berita tersebut didapat dari dua sumber, yang pertama dari para reporter yang meliput langsung di lapangan, yang kedua, berita didapat dari berita KR cetak atau Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat.

Berdasarkan data yang didapat peneliti di lapangan mengenai manajemen redaksional pemberitaan film di *KRjogja.com* adalah, sebagai berikut

1. Perencanaan

Perencanaan merupakan pondasi dasar dalam kegiatan manajemen yang berhubungan dengan visi dan misi organisasi. Tahap perencanaan adalah tahapan awal dalam melakukan produksi berita. Tahap perencanaan dalam media bertujuan untuk menentukan isi berita yang akan ditulis. Seperti halnya di *KRjogja.com* fungsi perencanaan berada diposisi yang paling penting untuk menentukan berita yang akan dipublish. Fungsi perencanaan disebutkan di rapat rutin di setiap minggunya. *KRjogja.com* merupakan media yang mengandalkan teknologi baik dalam hubungan staf maupun dalam memproses berita hingga berita siap di akses.

“Menurut Agung selaku pimpinan redaksi rapat rutin setiap minggunya memang harus ada. Tapi kita menekankan selalu berinteraksi setiap hari, kami mengandalkan teknologi untuk berinteraksi antar staf, seperti di grup WhatApps untuk membagi atau menawarkan pembagian tugas, hingga pengiriman berita para reporter biasanya mengirimnya by email”.

Portal berita *online KRjogja.com* adalah salah satu portal berita yang tercipta dari surat kabar (media cetak) Kedaulatan Rakyat Yogyakarta. Perencanaan dilaksanakan dalam satu kesatuan bersama Surat Kabar Kedaulatan Rakyat, pasalnya dua media ini masih dalam satu naungan walaupun isinya berbeda. Proses pengaplikasian fungsi perencanaan, diantaranya:

1. Menetapkan peran visi dan misi, yakni sebagai sumber informasi bagi masyarakat dan menyajikan informasi yang actual dan terbaik bagi pembacanya.
2. Menentukan wilayah sasaran. Wilayah sasaran *KRjogja.com* adalah untuk pembaca Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya, namun karena *KRjogja.com* media digital dan bisa diakses semua orang mungkin bisa sampai nasional (wawancara Agung Purwandono, Pimred *KRjogja.com*).
3. Tim redaksi *KRjogja* mengidentifikasi dan menentukan indikator efektifitas dari setiap pekerjaan yang telah, sedang dan akan dilakukan.
4. Menentukan hasil yang ingin dicapai *KRjogja.com* berupa rencana dalam jangka panjang dengan selalu berinovasi.
5. Tim redaksi *KRjogja.com* mempersiapkan tindakan yang terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:
 - a) Menentukan urutan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan. Tindakan ini ditegaskan pada saat rapat redaksi.
 - b) Menentukan penjadwalan dan penugasan untuk para reporter, agar melaksanakan tugas peliputannya.
 - c) Anggaran (Budgeting) menentukan sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.
 - d) Menetapkan siapa yang akan mengawasi pemenuhan tujuan yaitu pihak yang menyatakan tujuan sudah tercapai atau belum.

6. Membangun pengawasan, yaitu memastikan tujuan akan terpenuhi. Pengawasan dilakukan oleh Pimpinan Redaksi *KRjogja.com* terkait dengan pemberitaan.
7. Komunikasi. Komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Agung Purwandono selaku pimred cukup baik. Para staf pun bekerja tidak dibawah tekanan dan nyaman.
8. Pelaksanaan. Tim redaksi *KRjogja.com* membuat persetujuan mengenai komitmen untuk menjalankan apa yang telah ditentukan.

Pengelolaan berita film di media ini dimasukan dalam sub kanal film dan selebrita, yang ada di kanal hiburan. Hal ini berkaitan pada target *audience* yang ditujukan kepada khalayak yang tertarik pada film terutama para mahasiswa, mengingat pergerakan film di Yogyakarta yang sangat pesat perkembangannya.

“Berita film dimasukan di sub kanal film dan selebrita untuk memberi ruang berita kepada para pembaca yang antusias terhadap film, terutama anak muda atupun mahasiswa-mahasiswa di Jogja. Mengingat kami pun sering mengadakan nobar bareng staf baik di bioskop ataupun di kantor yang diselenggarakan oleh kami sendiri” (wawancara Agung Purwandono, Pimpinan Redaksi *KRjogja.com*).

Dalam penerbitan beritanya, tidak ada hari khusus untuk mempublish berita film, berita tersebut bisa kapanpun dipublis selagi ada materi untuk meliput berita film. *KRjogja.com* lebih mengutamakan jam berapa berita tersebut dipublish. Hal ini sudah di sepakati oleh para staf redaksi.

“Menurut Danar, Redaktur *KRjogja.com*. berita film sangat fleksibel, kapan saja bisa di publish, kami tidak mematok kapan harus di publish?, hari apa?, seminggu berapa kali? Hanya saja berita film dipublish pada saat jam-jam santai, seperti jam makan siang, jam pulang kerja dan jam menjelang orang-orang pada tidur, serta kadang-kadang pagi hari juga. Intinya fleksibel aja untuk mempublish berita film, kapanpun bisa selagi ada materi”.

Berita film di *KRjogja.com* bersifat fleksibel, tidak ada perencanaan khusus sebelum meliputnya. Rapat perencanaan dari tim redaksi mengenai peliputan berita film biasanya diadakan ketika sedang berlangsungnya kegiatan film di Yogyakarta. Tim redaksi *KRjogja.com* membebaskan para reporter untuk menulis dan memberi judul sebelum nantinya diedit oleh editor.

Penerapan fungsi perencanaan pada *KRjogja.com* berbeda dengan KR versi cetak, jika dicetak staf redaksi dituntut harus bertatap muka setiap harinya di rapat redaksi lain halnya bidang redaksi di *KRjogja.com*, rapat redaksi dilaksanakan seminggu sekali. Menurut Danar, selaku redaktur, rapat redaksi dilakukan setiap hari senin, selebihnya komunikasi antar staf bisa melalui alat komunikasi dan informasi yang difasilitasi untuk selalu berinteraksi dan mengirimkan berita.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi perencanaan dalam pemberitaan film sudah dilakukan dengan baik namun belum maksimal. Bagus, karena perencanaan itu tetap ada, walaupun dilakukan seminggu sekali dan selebihnya dilakukan mengandalkan alat komunikasi. Perencanaan yang lebih matang dilaksanakan ketika ada kegiatan film seperti festival yang digelar di Yogyakarta. Terbukti setiap harinya *KRjogja.com* memproduksi kurang lebih 200 berita

perharinya termasuk berita film didalamnya. Kemudian mengenai pimpinan redaksi yang mebebaskan para reporter untuk meliput apa saja tanpa harus berada di kantor untuk menghadiri rapat atau mengirim berita. Pimpinan redaksi mempercayai semua reporter yang ada di *KRjogja.com*.

Dikatakan kurang maksimal karena tidak adanya jadwal pasti tentang rapat harian yang tertulis dan perencanaan yang matang mengenai berita film selain berinteraksi melalui alat komunikasi. Sebaiknya tidak mengandalkan teknologi semata, karena bertinteraksi secara tatap muka akan lebih terlihat ketegasan antara pimpinan redaksi dan tim redaksi lain dibawahnya termasuk reporter.

2. Pengorganisasian

Tahap pengorganisasian dalam manajemen redaksional adalah penyusunan struktur organisasi dan pembagian tugas pekerjaan serta penempatan orang berikut jabatannya didalam struktur organisasi. Pada proses redaksional terdapat *staffing* yang berfungsi untuk melaksanakan aktifitas redaksional (Djuroto, 2006: 117). Setiap media memiliki fungsi pengorganisasian yang berbeda-beda, namun tujuannya tetap sama, agar kinerja para staf redaksi dapat termonitor dengan baik. Sebagai media *online*, *KRjogja.com* mempunyai dua fungsi besar, yaitu fungsi melayani dan fungsi bisnis. Fungsi melayani berarti *KRjogja.com* wajib melayani dengan baik dalam hal memberitakan sesuai dengan fakta dan objektif. Sedangkan fungsi bisnis, *KRjogja.com* juga tetap menerima iklan yang masuk kedalam web mereka tanpa

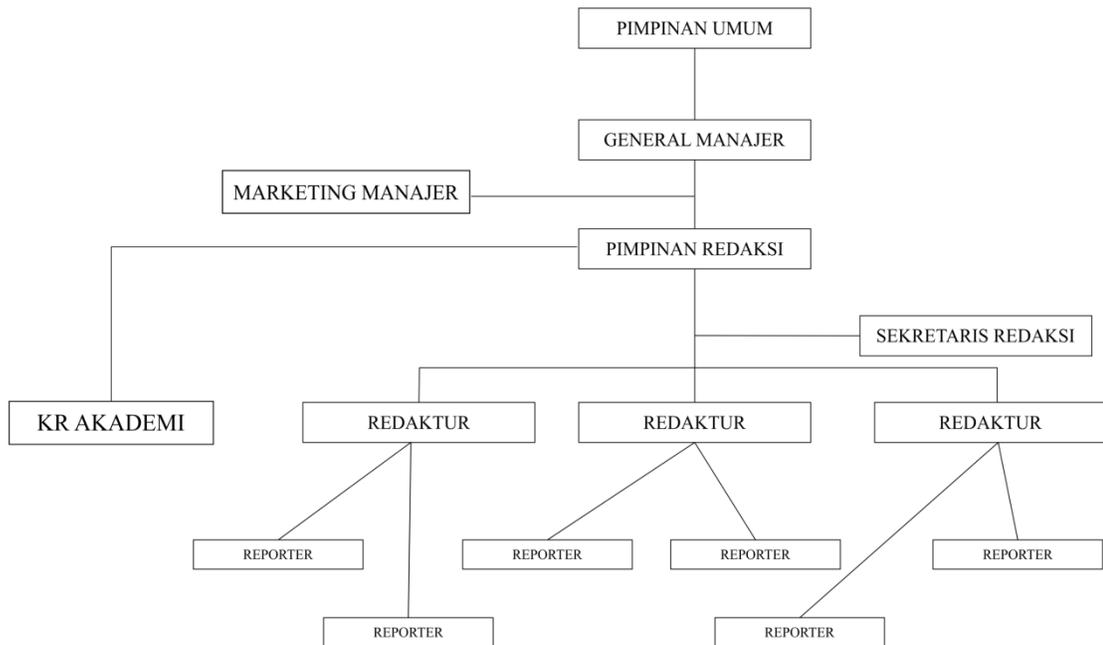
harus berat sebelah dan netral. Artinya selagi iklan itu baik dan menguntungkan, maka *KRjogja.com* akan menerimanya dengan baik. Kebijakan ini diambil sesuai dengan visi dan misi *KRjogja.com*.

Fungsi pengorganisasian dalam *KRjogja.com* sama saja seperti media lain pada umumnya, tidak ada perbedaan yang signifikan. *KRjogja.com*, selain mengandalkan para staf redaksi, juga mengorganisir mahasiswa-mahasiswa yang didik melalui KR Akademi sebagai tambahan wartawan untuk peliputan berita. Para wartawan akademi ini didik langsung oleh Pimpinan Redaksi *KRjogja.com*, Agung Purwandono. Tujuan utama dari diadakannya KR Akademi adalah untuk memberi wadah kepada mahasiswa yang memiliki minat di bidang jurnalistik dan memperkenalkan dunia kerja jurnalistik. Selain itu *KRjogja.com* melalui KR Akademi bisa menghasilkan berita-berita yang lebih fresh yang dihasilkan oleh reporter lulusan KR Akademi.

“Karena saya terbiasa di komunitas, melihat ada *gap* antara mahasiswa dan dunia kerja, terutama dunia tulis menulis, ya sudah saya buat itu, sebenarnya lulusan dari KR Akademi tidak harus di media yang penting dia punya kemampuan menulis sama kemampuan hidup di lingkungan kerja sesungguhnya, karena nanti kita kan ketemu banyak orang. *Feedback* yang didapat untuk KR, kita dapat konten-konten yang berbeda dari wartawan lainnya, seperti *feature*, kemaren ada yang meliput *feature* tentang mahasiswa hukum yang tunanetra yang dapat prestasi. Karena jarang wartawan-wartawan profesional mau meliput itu. Nah kita arahkan mereka ke konten-konten yang panjang. Jadi kita mendidik mereka untuk mempunyai nafas panjang untuk menulis, kalo cuma *straight news* 5W+1H ya gampang, tapi kita lebih ke *story*” (Agung, Interview, 3 Mei 2018).

KR Akademi berdiri sejak 2008, sebelumnya target dari KR Akademi adalah pelajar menengah atas, dan diadakan setahun sekali, sejak 2017 KR Akademi

menarget ke mahasiswa. Pada 2018 KR Akademi diadakan tiga kali dalam setahun, dengan pelatihan empat bulan, setelah itu mereka siap diterjunkan ke lapangan dengan status reporter magang. Berikut struktur organisasi di bidang redaksi di *KRjogja.com*.

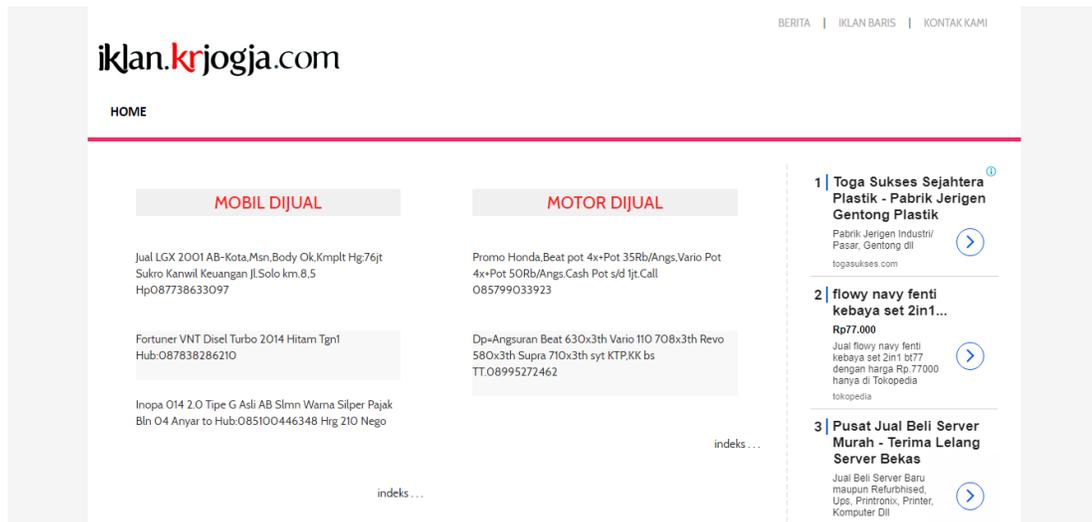


Bagan 3.1: Struktur organisasi *KRjogja.com*.

Dari bagan di atas bisa dideskripsikan bahwa *KRjogja.com* dikepalai oleh Pimpinan Umum. Pimpinan umum *KRjogja.com* saat ini adalah Dr. Gun Nugroho Samawi, bertugas dan bertanggung jawab untuk memantau seluruh kinerja para stafnya juga bersedia untuk membantu segala kesulitan yang mungkin ditemui oleh setiap stafnya. Di bawahnya ada General Manajer yang dipimpin oleh Feri A.K Pribadi.

Selanjutnya, Pimpinan Redaksi. Pimpinan redaksi *KRjogja.com* dipimpin oleh Agung Purwandono. Dalam kerjanya agung dibantu oleh sekretaris redaksi yang membantu dalam urusan administrasi. Sekretaris redaksi di *KRjogja.com* dipimpin oleh Sutami Dwiantara. Agung bertanggung jawab penuh terhadap semua hal yang berhubungan dengan keredaksian atau isi berita. agung juga mempunyai hak untuk selalu mengingatkan para stafnya agar selalu bekerja dengan baik. Hal ini bertujuan agar berita-berita yang dimuat di *KRjogja.com* selalu siap diakses oleh pembacanya. Agung membawahi semua reporter yang bertugas. Reporterlah yang nantinya mencari berita dan menuliskan berita tersebut kemudian dikirim ke redaktur melalui email. *KRjogja* memiliki lima redaktur, diantaranya adalah Tomi Sujatmiko, Ivan Aditya, Agus Sigit, Danar Widiyanto, AB Pras. Redaktur inilah yang bertugas mengedit berita yang dikirim dari reporter. Redaktur juga bertugas sebagai gate keeping yang menentukan berita tersebut layak untuk di publish atau tidak. Kemudian berita dipublish sesuai jam yang telah ditentukan.

Seperti media-media lainnya *KRjogja.com* juga melaksanakan fungsi bisnis, untuk mendapatkan pendapatan yang meningkat melalui iklan. Bidang ini di-handle oleh manajer marketing. Manajer marketing memberi kebijakan untuk menerima dan menolak iklan sebelum iklan tersebut ditampilkan. Jika iklan memenuhi syarat dan sesuai dengan visi dan misi *KRjogja.com*, maka kemudian iklan tersebut ditampilkan.



Gambar 3.1: Tampilan iklan *KRjogja.com*

Manajer Marketing *KRjogja.com* dipimpin oleh Drs. Aghus Heraswato. Namun pimred juga ikut mengawasi hal ini.

“Sebenarnya di atas Marketing ada GM (General Manager, tapi karena dia non aktif saya baru kemaren diminta untuk komunikasi juga dengan marketing, kadang kan marketing itu ada kebutuhan yang berhubungan dengan redaksional, bentuknya iklan, berita, ada bannernya, nah itu kan otomatis hubungannya dengan saya, baru ke redaktur untuk dinaikan” (Aghus, Interview 3 Mei 2018).

Untuk masalah *layout* di *KRjogja.com* diisi oleh *web design*. Web designer *KRjogja.com* statusnya pekerja lepas atau *freelance* dengan sistem kontrak, yang setiap saat harus siap ketika ada perubahan tampilan. Tugas dari web designer adalah membuat tampilan *KRjogja.com* semenarik mungkin. Sedangkan untuk masalah ilustrasi gambar ataupun infografik, *KRjogja.com* memberi tugas tersebut kepada pegawai magang, karena SDM yang di KR cetak sangat terbatas.

Dari uraian fungsi pengorganisasian di *KRjogja.com* peneliti menyimpulkan bahwa fungsi pengorganisasian yang dijalankan di *KRjogja.com* masih tergolong belum terlaksana dengan baik, pasalnya jumlah redaktur yang dimiliki *KRjogja.com* masih terbilang sedikit. Pimpinan redaksi yang berfungsi memimpin bidang redaksi pun harus mem-*back up* posisi marketing manager yang berurusan dengan iklan masuk di *KRjogja.com* karena posisi tersebut ditinggalkan setahun yang lalu.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan dalam fungsi manajemen tidak bisa dilakukan hanya dengan memberikan pengarahan saja. Pengarahan umumnya berkaitan dengan aspek teknis pekerjaan sesuai dengan paparan tugas. Aspek penting dalam pengarahan adalah kemampuan untuk melakukan komunikasi secara efektif (Junaedi, 2014: 44-45). Tahap pelaksanaan dalam manajemen redaksional adalah aktivitas yang menggerakkan yang menggerakkan orang-orang beserta fasilitas penunjangnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, yaitu menghasilkan produk jurnalistik. Aktivitasnya meliputi, peliputan, penulisan, dan penyuntingan berita.

Tidak ada wartawan atau reporter khusus untuk peliputan berita film. Proses peliputan berita film di *KRjogja.com* dilakukan oleh reporter atau wartawan yang mempunyai ketertarikan dengan film. Sebelum meliput berita film wartawan terlebih dahulu diberi arahan bagaimana gaya penulisan, jenis dan konten yang akan diangkat dalam berita film tersebut. Pengarahan dilakukan pada pertama wartawan bergabung

di *KRjogja.com*. Berita film seringnya diliput oleh reporter komunitas yang dididik oleh KR Akademi yang berisi mahasiswa-mahasiswa Yogyakarta.

“Reporter komunitas banyak yang lebih tertarik untuk meliput film. Banyak dari mereka yang suka dengan film dan kadang tujuan mereka meliput film juga untuk ketemu aktor atau aktris idola mereka, jadi mereka bisa mewawancarai langsung actor atau aktris nya jika ada kesempatan. Selain reporter KR Akademi, berita film diliput oleh reporter KR yang tertarik pada bidang itu baik yang cetak ataupun yang *online*. karena di KR tidak ada Wartawan khusus, mereka meliput sesuai ketertarikan mereka sendiri” (Agung, interview, 24 april 2018).

Dalam pelaksanaannya tak jarang wartawan menemui kendala-kendala pada saat meliput berita film. Wartawan biasanya terbatas oleh waktu baik dari filmnya, dari si pembuat film atau dari aktris atau aktor filmnya. Dalam peliputan berita film, wartawan meliput dengan beberapa cara, seperti meliput dengan cara menonton filmnya yang akan di jadikan berita, melalui *press conference*, wawancara langsung dengan pembuat filmnya.

“Menurut Lucia yuriko, Saya lebih sering mereview filmnya kemudian dijadikan berita. Kalo menulis berita yang dari nonton langsung filmnya biasanya saya review filmnya tanpa memspoiler cerita yang ada difilmnya. Kadang juga ikut diskusi setelah pemutaran, yang diskusi ini biasanya dipemutaran alternative, kalo gak di festival. Karena saya juga seringnya ngliput di pemutaran-pemutaran ataupun di festival kaya JAFF dan FFD”.

Berita-berita yang telah ditulis oleh wartawan kemudian dikirimkan ke para redaktur melalui email, berita-berita dikumpulkan di email bersama yang bisa dibuka oleh para redaktur. Redaktur kemudian melakukan proses editing atau penyuntingan naskah. Penyuntingan naskah atau *editor* merupakan proses memperbaiki atau menyempurnakan tulisan dari para reporter. Dalam proses *editing*, redaktur

mengoreksi bahasa, disini redaktur tidak sepenuhnya mengganti bahasa, tetapi mengganti kata-kata yang dinilai kurang pas ataupun tulisan-tulisan yang *typo*.

Selain itu redaktur juga bertanggung jawab dalam menentukan judul berita. *KRjogja.com* mempunyai kriteria sendiri untuk menentukan berita. Judul berita yang dipilih dalam berita-berita yang ada di *KRjogja.com* yaitu judul yang sekiranya membuat penasaran pembaca tapi tidak berlebihan tidak lepas dari isi berita itu sendiri.

“Menurut Agung, judul yang sepele bisa menarik para pembaca, kadang juga berita yang tidak penting juga menarik perhatian pembaca. Kita bisa lihat itu di google analytic, jadi berita apa yang paling banyak dibaca, itu bisa jadi panduan kita untuk nanti sekiranya yang viral seperti apa. Ya sebisa mungkin judul itu bisa menarik minat pemabaca tapi gak lepas dari isinya. Kadang saya ngasih pengawasan jika ada yang ngasih judul berlebihan dan saya langsung menegur redaktornya”.



Gambar 3.2: Contoh judul berita film yang sifatnya mengajak pembaca untuk menonton film “Arini”

Para redaktur di *KRjogja.com* dituntut bisa mengedit dan mengkategorikan berita apapun, termasuk berita film. Berita film diedit oleh semua redaktur tergantung berita itu kapan masuk dan siapa yang sedang giliran shift pada saat itu. Para redaktur menggunakan *Content Management System (CMS)* untuk memasukan berita-berita sesuai kategorinya masing-masing.

“CMS itu Content Management System, program komputer yang kita bisa mengklasifikasikan berita-berita, jadi semua harus kita kuasai, meskipun gak terlalu bisa, ya kita belajar terus. Jadi di CMS udah ada ketentuannya, kita tinggal kli, klik, klik aja. Setelah selesai diedit, nanti kita masukan ke CMS abis itu ada kolom-kolom di CMS, kayak judul, sub judul, terus nanti masuk jawa tengah, olahraga, hiburan, gaya hidup, hiburan, masuk ke kategori mana, disitu udah ada pilihannya, nanti kita tinggal klik aja. Tubuh beritanya kita masukan, kalo share link kita kasih share link biar bertaut dengan berita yang lain, abis itu kasih foto, caption, udah, kita upload (Dinar, interview, 5 Mei 2018)”.

Berita film di *KRjogja.com* lebih fleksibel dibanding di KR cetak. Jika dicetak berita film hanya diberitakan dalam satu *angle*, lain halnya di *online*, wartawan bisa meliput satu film dalam beberapa *angle*, yang di beritakan menjadi beberapa berita.

Di *online* berita film bisa lebih variatif, dibanding di cetak. Biasanya satu film, wartawan bisa menulis beberapa berita, saya pun kadang ikut ngasih judul untuk beberapa *angle* berita film, karena di *online* tidak ada batasan yang terlalu ketat untuk berita film (wawancara Dinar, redaktur *KRjogja.com*)

Adapun proses agregasi dalam pengolahan berita di *KRjogja.com*, yakni proses mengambil konten berita di situs berita lainnya. *KRjogja.com* beragregasi dengan beberapa media *online* yang berbasis nasional seperti, Okezone.com, Liputan6.com dan bacaberita.com. proses sgregasi atau mengambil konten dari situs berita lain

masih harus diolah oleh redaktur *KRjogja.com*, agar berita tersebut sesuai dengan ciri khas berita-berita *KRjogja.com* lainnya.



Gambar 3.3: Berita agregasi *KRjogja.com* dari Okezone.com

Fungsi pelaksanaan di *KRjogja.com* sudah dilaksanakan dengan baik, karena sebelum reporter diterjunkan di lapangan pimpinan redaksi melakukan pengarahan, terutama bagi reporter-reporter dari KR Akademi yang dididik langsung oleh pimpinan redaksi *KRjogja.com*. Adapun langkah *KRjogja.com* untuk mencakup berita berskala nasional dengan melakukan proses agregasi dengan medi-media yang berskala nasional.

4. Pengawasan

Fungsi pengawasan di *KRjogja.com* dilakukan oleh seluruh departemen. Seluruh staf memiliki tanggung jawab untuk mengawasi jalannya aktivitas pemberitaan setiap hari. Namun pengawasan lebih vital dilaksanakan oleh Pimpinan Redaksi, Agung Purwandono untuk mengawasi seluruh aktivitas penyajian berita.

Fungsi pengawasan dilakukan dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah berlangsung dalam organisasi. Pengawasan dilakukan bukan hanya diakhir proses manajemen, namun pada hakikatnya pengawasan melekat dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan.

Pengawasan dalam media massa sangatlah penting. Jika pengawasan itu tidak dilaksanakan, tentunya fungsi-fungsi yang lain tidak akan berjalan secara maksimal. Fungsi manajemen dalam hal pengawasan pada media cetak *KRjogja.com* sangat penting dengan tujuan agar kerjasama tetap terjalin dan hubungan antar staf satu sama lain tetap berhubungan dengan baik, serta menjdai media yang lebih baik dan mengerti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Untuk konten berita, *KRjogja.com* selalu mengawasi dalam kegiatan proses berita, dari mulai memproduksi berita, menyiarkan berita dan mengevaluasi berita. Semua kegiatan tersebut dilakukan secara *continue*, dengan tujuan agar kegiatan memproses berita tidak berhenti di tengah jalan. Berita yang telah dikirim oleh wartawan kepada redaktur tidak bisa langsung disiarkan. Masih banyak tingkatan lagi, yaitu penyeleksian berita. Kegiatan ini adalah untuk menentukan berita yang layak dan tidak layak dipublikasikan tergantung pada redaktur *KRjogja.com*.

Setelah berita selesai diseleksi, beritapun siap dipublikasikan dan kemudian dapat diakses oleh khalayak luas. Berita-berita yang telah dipublikasikan nantinya akan di evaluasi mengenai apa saja kekurangannya. Hal tersebut dilakukan oleh *KRjogja.com* agar menghasilkan berita-berita yang berkualitas dan mampu

menginformasikan dengan baik kepada khalayak luas mengenai kejadian yang sebenarnya terjadi.

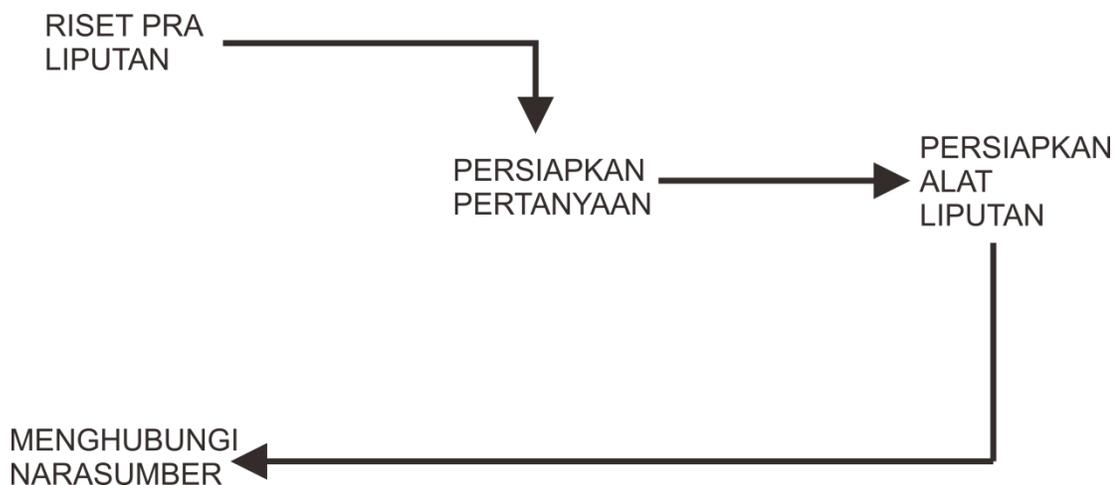
Evaluasi dilakukan setiap minggunya pada rapat redaksional mingguan, yang diadakan setiap hari senin. Berita-berita yang sudah di publish selama satu minggu, dievaluasi pada rapat tersebut terutama masukan-masukan dari pembaca. Evaluasi pun dilakukan oleh para pembaca *KRjogja.com* yang memberikan kritik dan saran yang dikirim lewat email ataupun pada kolom komentar disetiap beritanya. Semua kritik dan saran akan diterima, jika bisa membuat perubahan isi berita maupun tampilannya. Pasnya kritik dan saran dari pembaca sangat berguna bagi *KRjogja.com* dan kemudian diawasi secara berkesinambungan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan fungsi pengawasan yang dijalankan *KRjogja.com* sudah cukup bagus. Karena pengawasan tidak hanya dilakukan oleh tim redaksi, para pembaca *KRjogja.com* pun berperan penting dalam fungsi pengawasan yang dilakukan oleh *KRjogja.com* mengingat dimedia online interaksi bisa berjalan secara dua arah dan langsung. Kritik dan saran yang disampaikan para pembaca bisa langsung direspon oleh tim redaksi dan langsung ditanggapi.

2. PRODUKSI BERITA FILM DI KRJOGJA.COM

Produksi berita film di *KRjogja.com* dimulai dari wartawan mencari fakta dan data di lapangan. Sebelum terjun ke lapangan wartawan diarahkan sesuai gaya peliputan *KRjogja.com*. Wartawan-wartawan *KRjogja.com* mayoritas jebolan dari KR Akademi, yaitu wadah belajar untuk para mahasiswa yang tertarik dalam bidang

jurnalistik. Pengarahan dilakukan oleh pimpinan redaksi sekaligus pengajar dan penanggung jawab KR Akademi. Pengarahan bertujuan agar wartawan pada saat meliput sesuai dengan gaya dan ideologi *KRjogja.com*. menurut Danar, redaktur *KRjogja.com*, pengarahan sebelum liputan dilakukan untuk mengarahkan wartawan pertanyaan-peratanyaan yang sesuai dengan berita yang akan diliput, dan pertanyaan tersebut tidak menyinggung narasumber yang bersangkutan khususnya narasumber seperti pemain film, artis ataupun *public figure* lainnya. Beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelum peliputan berita film.



Bagan 3.2: Yang perlu dipersiapkan sebelum peliputan berita film

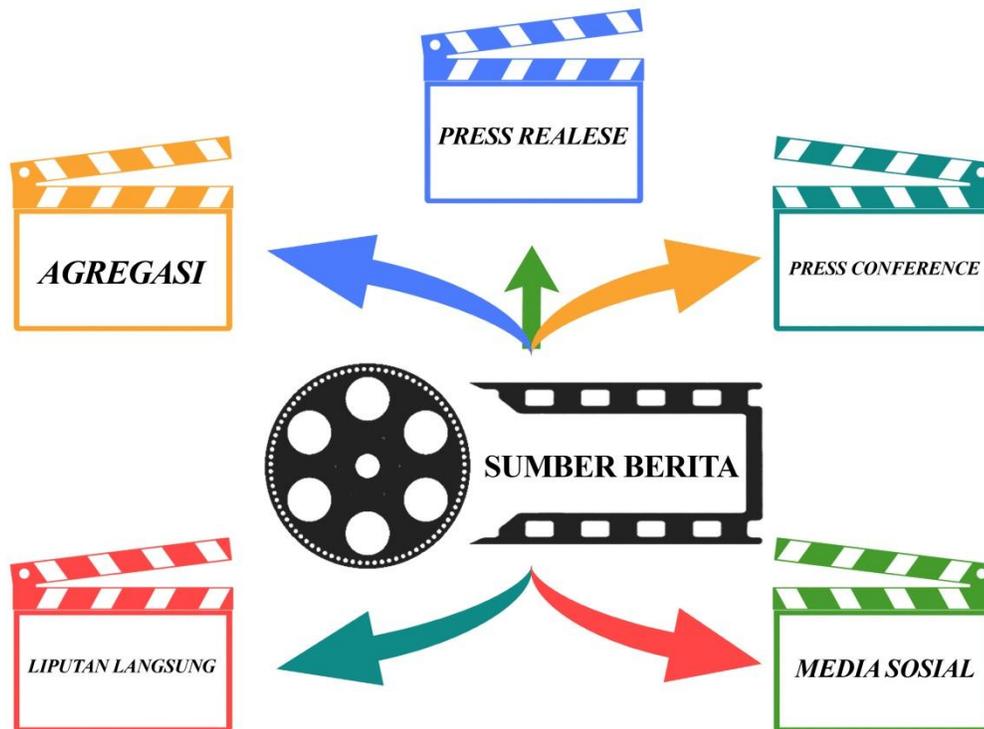
Riset pra liputan dilakukan agar wartawan mengerti kegiatan film seperti apa yang akan diliput, terutama pada saat kegiatan film berlangsung seperti festival film, diperlukan perencanaan yang lebih matang.

“Menurut Agung, pimpinan redaksi *KRjogja.com* Perencanaannya itu tergantung event filmnya. Misalnya festival, itu perencanaannya lebih dalam,

kalau hanya meet and greet itu hanya dalam koordinasi seperti ini nanti yang diangkat ini, *anglenya* ini. Sebenarnya perencanaan itu tidak selalu formal (dalam hal ini: rapat), karena kita online jadi sifatnya *flexible*, bisa dibicarakan di *Whatsapp*. Kalau festival, karena panjang waktunya, jadinya yang direncanakan itu apa skala prioritasnya, apa isunya, dsb”.

Selanjutnya mempersiapkan pertanyaan yang akan diajukan oleh wartawan. Wartawan harus menyusun pertanyaan sebaik mungkin agar pertanyaan-pertanyaan yang diajukan ke narasumber tidak menyinggung atau tidak keluar konteks dari data yang akan diliput. Kemudian mempersiapkan peralatan peliputan berupa kamera, perekam, notebook dan lain sebagainya. Yang terakhir wartawan menghubungi narasumber. Ada banyak narasumber untuk dijadikan berita film, seperti Produser, Sutradara, Aktor, Aktris dan pelaku film lainnya, baik pembuat, pemain ataupun penggiat film.

Produk jurnalistik atau berita didasarkan pada apa yang disebut fakta. Fakta merupakan sesuatu yang benar-benar terjadi dilapangan. Dalam fakta tersebut tercakup unsur 5W+1H yang menjadi pedoman dalam kerja jurnalistik (Pramesti: 2014: 71). Berita yang baik adalah hasil perencanaan yang baik. Proses pencarian berita film di KRjogja.com melalui dari berbagai sumber. Dalam peliputan berita film wartawan mendapatkan data dan fakta dari berbagai sumber, sebagai berikut:



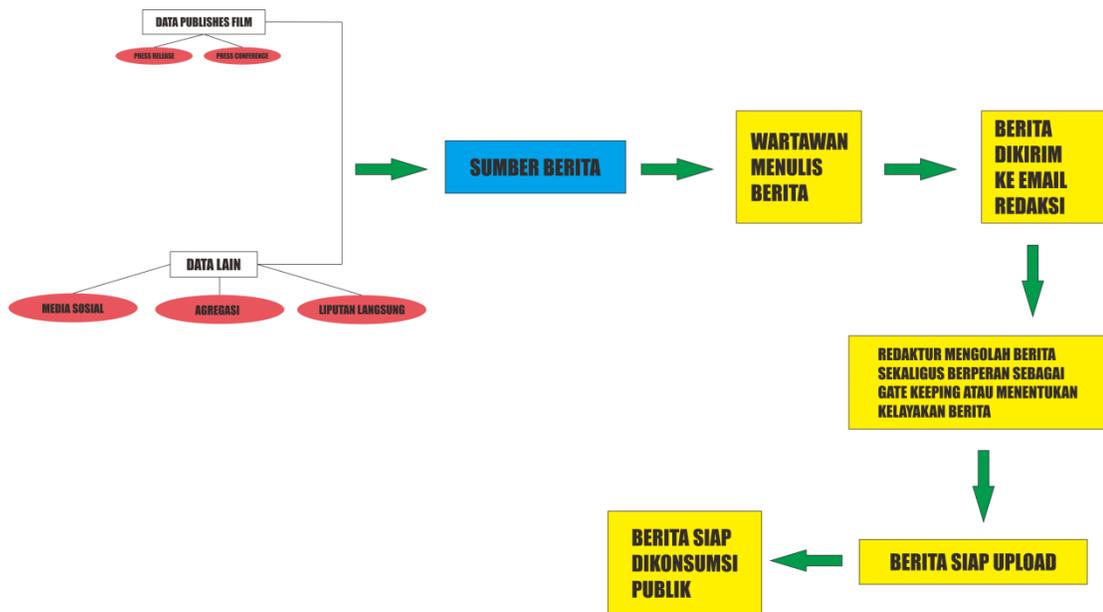
Bagan 3.3: Sumber pencarian berita film *KRjogja.com*

Dari bagan di atas dapat dijelaskan bahwa sumber pertama pencarian berita wartawan dalam meliput berita film adalah *press release*. *Press release* yang dibuat oleh *publicist* film biasanya membantu wartawan dalam penulisan 5W+1H sebuah berita. Selanjutnya ada *press conference*, dalam *press conference* wartawan akan mengajukan beberapa pertanyaan kepada pelaku film baik pembuat film ataupun pemain film. Data dari *press conference* nantinya akan menjadi data tambahan yang lebih mendalam.

Yang ketiga ada media sosial. Wartawan *KRjogja.com* biasanya menggunakan media sosial untuk mendapatkan info tentang kegiatan film di Yogyakarta, baik festival film, pemutaran alternatif ataupun kegiatan lainnya berupa literasi ataupun diskusi film. Yang keempat agregasi. Agregasi adalah pengambilan konten berita di portal berita lain. *KRjogja.com* mengambil konten berita diberbagai portal berita nasional salah satunya okezone.com, tempo dan liputan 6. Yang melakukan agregasi langsung redaktur, kemudian berita tersebut diolah dan diedit oleh redaktur *KRjogja.com*. yang terakhir liputan langsung. Liputan langsung biasanya wartawan melakukan wawancara mendalam dengan pelaku film secara face to face. Liputan langsung juga bisa dengan cara wartawan menonton film atau terjun langsung di kegiatan film. Wartawan yang mengambil data dari menonton langsung film biasanya membuat berita dari review film dengan tujuan mengajak pembaca untuk menonton film tersebut tanpa membocorkan (*spoiler*) cerita dalam film yang di-*review*.

Wartawan kemudian menuliskan berita dari sumber-sumber di atas. Hasil tulisan wartawan akan dikirim ke redaktur melalui email. Redaktur bertanggung jawab untuk mengolah berita tersebut dan menjadi *gate keeping*. Redaktur memilih serta menyeleksi berita mana yang layak untuk di *publish* dan menarik untuk para pembaca *KRjogja.com*. setelah itu berita siap di *upload* dan di publikasikan oleh redaktur.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan produksi berita film di *KRjogja.com* digambarkan dalam skema sebagai berikut:



Bagan 3.4: Alur produksi berita film di *KRjogja.com*

Tidak semua fakta dilapangan yang menjadi sumber berita bisa dijadikan berita. Jurnalistik mengenal apa yang dinamakan nilai berita. Nilai berita menurut Santana (dalam Pramesti, 2014: 71) adalah sesuatu yang memenuhi unsur layak berita. Seperti yang telah dijabarkan di bab satu unsur layak berita menurut santana ada 10 kategori. Adapun nilai berita film yang layak dimuat di *KRjogja.com* adalah berita-berita yang mengandung unsur *timeliness*, *proximity*, *conflict*, *prominence*, dan *suspence*.

a. Unsur *timeliness*

Timeliness terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan. Secara sederhana merujuk pada aktual yaitu berita yang baru saja terjadi atau sedang terjadi. Dalam memperoleh berita-berita film yang aktual, *KRjogja.com* mengerahkan

sumberdaya yang dimilikinya dari mulai reporter sampai kepada daya dukung peralatan yang maksimal untuk memperoleh data di lapangan dan dari narasumber. Berita-berita film di KRjogja.com yang mengandung unsur *timeliness*, salah satu contohnya adalah berita para pemenang pada perhelatan Jogja NETPAC Asian Film Festival.



Gambar 3.4: Salah satu berita film yang mengandung unsur *timeliness*

Berita di atas terbit pada tanggal 8 Desember 2017 pada pukul 17:31 WIB. Berita tersebut dikatakan mengandung unsur *timeliness* karena peristiwa yang diberitakan baru saja terjadi dengan kata lain kesegaran dari peristiwa pemenang-pemenang di JAFF yang terjadi pada sehari sebelumnya masih layak untuk diberitakan.

b. Unsur *Proximity*

Proximity terkait dengan kedekatan peristiwa dengan pembaca dalam keseharian mereka. Semakin dekat peristiwa itu terjadi dengan kita, baik secara geografis maupun psikologis, semakin tertarik juga kita terhadap berita tersebut. Unsur *proximity* tentunya ada disetiap berita film di KRjogja.com, pasalnya selain pasar dari KRjogja.com adalah Yogyakarta, kegiatan film merupakan salah satu yang dijaga eksistensinya oleh penggiat film di jogja.



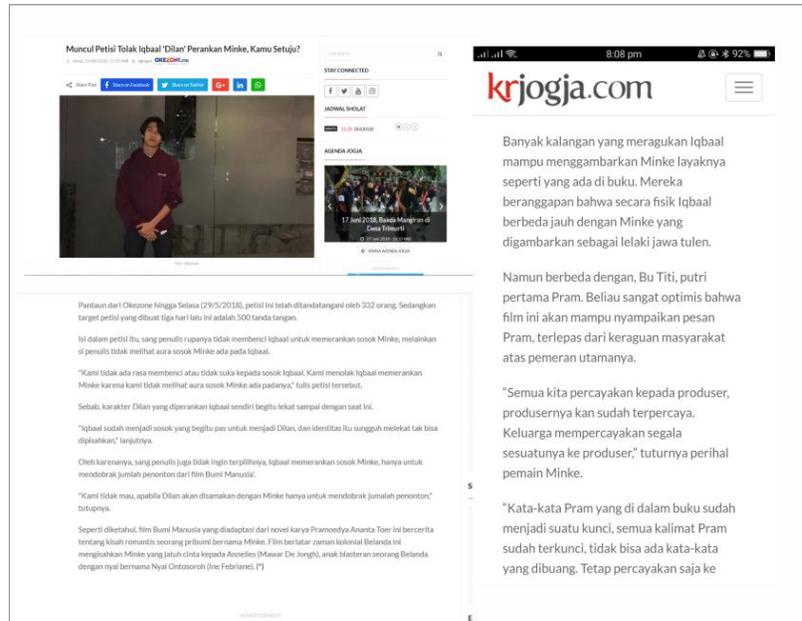
Gambar 3.5: Salah satu berita film yang mengandung unsur *proximity*

Berita film di atas mengandung unsur *proximity* karena dari peristiwa di berita tersebut berkaitan dengan kedekatan pembaca di Yogyakarta. Berita tersebut tentang film Sultan Agung yang bakal menggebrak perfilman nasional, lokasi pengambilan dari film Sultan Agung yang diberitakan KRjogja.com adalah di Gamplong, Sleman,

Yogyakarta. Hal tersebut berkaitan dengan prinsip KRjogja.com dalam mengemas berita. Menurut danar KRjogja.com dalam mengemas berita salah satunya dengan cara menyebut tempat secara spesifik, bertujuan untuk mendekatkan berita tersebut kepada para pembacanya di Yogyakarta.

c. Unsur *Conflict*

Conflict terkait peristiwa-peristiwa yang mengandung unsur-unsur konflik. Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan konflik atau pertentangan, merupakan sumber berita yang tak pernah kering dan tak akan pernah habis. Peristiwa yang mengandung konflik dalam berita film biasanya terjadi antar penggiat film ataupun penggiat film dengan penikmat film. Dalam berita film di KRjogja.com mengandung unsur *conflict*, seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3.6: Salah satu berita film yang mengandung unsur *conflict*

Berita film di KRjogja di atas menjelaskan tentang konflik pro dan kontra antara pembuat film dan masyarakat, mengenai sosok Minke dalam film Bumi Manusia yang diadaptasi dari novel yang berjudul sama yang akan di Sutradari oleh Hanung Bramantyo. Peristiwa didalam berita tersebut sangat menarik minat pembaca KRjogja.com. Seperti yang di Sumadiria bahwa berita yang mengandung unsur *conflict* tidak akan pernah habis, selama orang menyukai dan menganggap penting. KRjogja.com membuat berita tersebut dalam dua perspektif. Yang pertama dari perspektif anak si pembuat novel yang mengatakan setuju dan serahkan kepada pembuat film dan yang kedua dari perspektif masyarakat yang tidak setuju karena tidak ada sosok Minke di Iqbal sebagai aktor.

d. Unsur *Prominence*

Prominence berarti peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan unsur keterkenalan dari public figure, tempat, benda, dan sebagainya. Dalam berita film unsur *prominence* dapat ditemukan jika berita tersebut berkaitan dengan aktor atau aktris yang berperan dalam film. Begitu pula berita-berita film di KRjogja.com, tidak sedikit berita film yang mengandung unsur *prominence*.



Gambar 3.7: Salah satu berita film yang mengandung unsur *prominence*

Berita di atas membahas tentang pemain film Pevita Pearce. Berita sejenis di atas lebih sering dimuat di KRjogja.com, pasalnya dari semua penggiat film, pembaca lebih mengerti dan tahu pemain film dibanding penggiat film lainnya seperti sutradara, produser dan sebagainya. menurut danar berita film yang mengambil sudut

pandang pemain filmnya banyak diminati oleh pembaca KRjogja.com. hal tersebut berkaitan dengan strategi KRjogja.com untuk menarik minat pembaca berita film.

e. Unsur *Suspense*

Suspense berkaitan dengan peristiwa yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat. Berita film yang mengandung unsur *suspense* biasanya tentang berita film yang akan tayang di bioskop. KRjogja.com mengemas berita film tersebut sbelum film tayang dibioskop. Berita film tersebut biasanya bersumber dari press conference dan press release yang didapat dari *publicist* film.



Gambar 3.8: Salah satu berita film yang mengandung unsur *suspense*

Berita di atas tentang review film “*Arini*” dari wartawan yang menuliskan beritanya. Dari berita tersebut pembaca dapat informasi kapan film tersebut tayang dibioskop. Berita tersebut dimuat pada tanggal 1 April 2018, sedangkan film *Arini* baru tayang pada tanggal 5 April 2018. Unsur *suspense* pada berita di atas yang dimuat oleh KRjogja.com dapat dilihat dari keluarnya berita yang dipublish sebelum film atau peristiwanya berlangsung. Dari berita film di atas pembaca yang menunggu film *Arini* dapat mendapat sedikit informasi mengenai film *Arini*, serta bisa menjadi referensi pembaca KRjogja.com yang ingin menonton film di bioskop.

3. PERSPEKTIF KRJOGJA.COM TERHADAP BERITA FILM

Berita film di *KRjogja.com* merupakan berita yang masuk pada kategori hiburan. Berita-berita film di *KRjogja.com* lebih mengarah ke softnews yang dibingkai secara ringan oleh tim redaktur. Walaupun dibingkai secara ringan, berita film termasuk berita penting yang harus diinformasikan. Menurut Agung Purwandono selaku pimpinan redaksi *KRjogja.com*, berita film yang masuk di hiburan selalu ada ruang di media, dari segi psikologis, pembaca tidak hanya ingin membaca berita-berita berat. Maka dari itu film masuk di sub kanal Film dan Selebrita dalam kanal hiburan.

KRjogja.com cenderung meliput berita film dari sisi informasi saja yang bertujuan untuk menghibur para pembacanya. Informasi-informasi tersebut berupa film yang sedang *booming*, Data-data dari wartawan cenderung dari *review* film, yang kemudian diolah oleh wartawan sedemikian rupa untuk memberikan informasi atau

pun referensi buat pembacanya. Selain dari review film biasanya wartawan terbantu oleh *press release* yang dibuat oleh *publicist* film. Namun hal itu hanya membantu di penulisan 5W+1H, seperti yang dipaparkan oleh lintang,

“Biasanya aku hanya menginformasikan film itu atau proses film itu, tanpa mengajak atau promosi, jadi aku memberikan gambaran film itu tentang apa tanpa spoiler. Press Realese biasanya hanya meliputi 5W+1H, tapi aku suka menmbahi sendiri. Karena pers rilis hanya menceritakan pangsa pasar seperti apa, filmnya tentang apa”.

Melalui judul berita yang provokatif, KRjogja.com menarik minat pembaca berita film. Judul yang provokatif berarti judul yang dibuat mampu membangkitkan minat dan perhatian, sehingga khalayak pembaca tergoda seketika untuk membaca berita tersebut (Sumadiria, 2006: 122). Menurut Agung, pimpinan redaksi KRjogja.com, judul-judul berita yang dimuat di KRjogja.com biasanya judul-judul yang membuat penasaran pembaca namun tidak berlebihan dan tidak lepas dari isi berita tersebut, Hal itu juga berlaku dalam berita film.



Gambar 3.9: contoh judul provokatif berita film “Terbang”

Berita di atas memaparkan bagaimana sepenggal kisah dari film Terbang. Berita tersebut bertujuan untuk menginformasikan pembaca tentang film terbang yang baru saja *release* di bioskop. Lewat berita tersebut pembaca secara tidak langsung mendapat ajakan untuk menonton film tersebut. Berita film di KRjogja.com dapat dikategorikan berita sebagai informasi (*news is information*). Tetapi tidak setiap informasi mengandung dan memiliki nilai berita. Menurut Sumadiria hanya informasi yang memiliki nilai berita dan bermanfaat untuk khalayak yang bisa dikatakan sebagai berita. Melalui judul berita tersebut, KRjogja.com mengarahkan pembaca untuk menonton film tersebut.

Unsur berita lainnya yang ada dalam berita film di KRjogja.com adalah nilai berita *prominence*. *Prominence* berkaitan dengan unsur keterkenalan *public figure*. *News is about people*, berita adalah tentang orang-orang penting, ternama dan *public figure*. Teori jurnalistik menegaskan nama menciptakan berita (Sumadiria, 2006: 88). Unsur *prominence* dalam berita film di KRjogja.com mengambil dari sudut pandang dari pemain film. Hal itu berkaitan dengan ketenaran sosok yang bermain dalam film.

Berita film cenderung berbeda dengan berita lainnya. asumsinya film akan diberitakan ketika film tersebut menarik, baik dari segi jumlah penonton atau pun dari keunikan film tersebut. Jika tidak *booming* maka tidak ada pemberitaan tentang film. Namun tidak demikian dengan *KRjogja.com*. Ketika tidak ada film yang sedang *booming* *KRjogja.com* memunculkan isu-isu lainnya seperti pelaku film, kegiatan seputar film ataupun yang lainnya yang berkaitan dengan film.

Lain halnya ketika sedang berlangsungnya kegiatan film yang diadakan di Yogyakarta, berita-berita yang di tampilkan oleh *KRjogja.com* lebih variatif dan lebih intens di beritakan. perencanaannya pun lebih dipersiapkan dengan matang, hal itu dikarenakan, biasanya perhelatan-perhelatan film bekerja sama dengan *KRjogja.com* untuk menjadi media partner. Sebagai contoh pada saat perhelatan festival yang digelar di Yogyakarta. Hal ini diungkapkan oleh Agung Purwandono selaku Pimpinan redaksi.

“Kalau festival, karena panjang waktunya, jadinya yang direncanakan itu skala prioritasnya, apa isunya, dsb. Dan kalau film, biasanya tidak terlalu mendalam” (Agung, Interview, 24 april 2018).

The Villages Bid For UFO Buka Festival Film Dokumenter 2017

© Senin, 11 Desember 2017 / 01:41 WIB Editor: Tomi sudjatmiko

Share Post

Share on Facebook

Share on Twitter

G+

in

WhatsApp



Gambar 3.10: Contoh berita kegiatan festival film, pembukaan Festival Film Dokumenter (FFD)

Public Lecture JAFF: Membaca ASEAN Lewat Film Pendek

🕒 Rabu, 06 Desember 2017 / 19:07 WIB 📝 Editor: Tomi sudjatmiko

🔗 Share Post [f Share on Facebook](#) [🐦 Share on Twitter](#) [G+](#) [in](#) [📧](#)

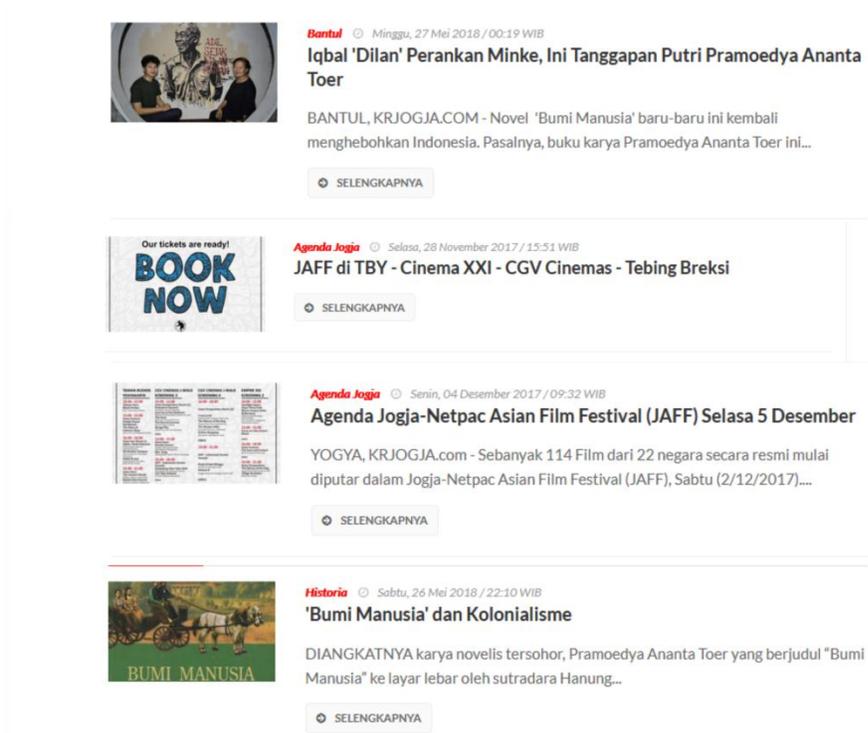


Gambar 3.11: Contoh berita kegiatan festival film, salah satu agenda kegiatan Jogja NETPAC Asian Film Festival (JAFF)

Walaupun dikemas lebih variatif, berita film dari kegiatan film, tetap saja berita tersebut dikemas dari sisi informasi saja, tidak ada berita yang diliput lebih mendalam. Namun berita tersebut dibingkai dalam beberapa *angle*, hal ini juga bertujuan untuk menarik minat pembaca. Menurut Danar, Redaktur *KRjogja.com*, karakter pembaca *online* lebih menyukai berita yang pendek, pembaca enggan membaca berita-berita yang panjang dan mendalam seperti di media cetak. Maka dari itu berita film di *KRjogja.com* dikemas dalam beberapa *angle*.

Tidak selamanya berita film masuk dalam kanal hiburan, beberapa ada yang masuk di kanal agenda, bantul, ataupun yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan kedekatan berita tersebut. Seperti pada saat perhelatan festival film, salah satu berita yang membahas tentang festival tersebut dimasukkan di sub kanal agenda, biasanya jika berada di sub kanal agenda berita tersebut berisikan tentang informasi kegiatan

apa saja yang digelar dalam festival tersebut. Adapun contoh lain di berita film KRjogja.com yang masuk di subkanal bantul (gambar dibawah). Peristiwa berita tersebut terjadi di bantul, maka daari itu berita tersebut lebih dekat dimasukan di sub kanal bantul.



Gambar 3.12: Beberapa berita film yang masuk di kanal non hiburan

Tidak adanya, baik wartawan ataupun redaktur yang khusus menangani berita film, membuat berita film dikemas biasa-biasa saja. Wartawan dituntut harus bisa meliput segala berita. Begitu juga redaktur harus bisa mengedit dan mengolah semua berita sebaik mungkin.

4. MEDIA LOKAL DAN FILM

Peranan media lokal sangatlah penting dalam memberikan informasi pada masyarakat. Media lokal dapat memberikan informasi-informasi yang beragam, yang menyangkut peristiwa di suatu wilayah. Sesuatu tersebut mungkin tidak bisa di liput oleh media nasional. Film merupakan salah satu berita hiburan yang diminati oleh masyarakat. Terlebih di Yogyakarta, kegiatan film di Yogyakarta sangat di minati masyarakat, baik dari dalam maupun luar Yogyakarta. Pasalnya beberapa tahun terakhir kegiatan film di Yogyakarta menjadai barometer perfilman nasional, baik dari produksi film, festival film, bioskop alternatif, ataupun literasi-literasi film.

Pada sub bab ini penulis akan memaparkan bagaimana hubungan kerja sama antara penggiat film dan media di Yogyakarta. Media, baik cetak, elektronik ataupun *online* merupakan salah satu bagian yang dituju para penggiat film dalam urusan promosi kegiatan film. Pada dasarnya media memiliki slot untuk memberitakan film, baik di rubrik hiburan, ataupun rubrik film sendiri. Rubrik film jarang ditemukan di media lokal cetak di Yogyakarta, karena kebanyakan slot pemberitaan film dimasukan di rubrik hiburan. Lain halnya di media *online* yang mempunyai slot pemberitaan film lebih banyak di banding media cetak. Slot film pada media, baik cetak, elektronik maupun *online* bisa berupa iklan ataupun pemberitaan.

“penawaran mereka (media) pertama berupa iklan, ngasih space buat iklan, kamu mau iklan seberapa, ntar berapa kolom berapa baris dikali mau berwarna atau hitam putih, dikali duitnya berapa. maksudnya kalo industri kan karena mereka punya duit kan biasanya pasang iklan dan emang

berbayar, tapi walaupun pemberitaan, itu biasanya memang bisa gratis sih, kayak misalnya, setiap film keluar mau launching atau festival itu kan pasti punya *press conference*, nah dari situ kan tim *publicist* pasti bikin press realese. Mereka juga diundang dating buat ketemu langsung narasumber gitu kan, jadi mereka punya data lain selain yang kita tulis, biasanya itu sih yang ditayangkan, tapi ada juga yang males kerja, yaudah copy paste dari yang press realese *publicist* bikin gitu” (Lidya, Interview, 28 april 2018).

Salah satu yang menentukan laku atau tidaknya suatu kegiatan film adalah publikasi di berbagai media. *Publicist* yang bertugas untuk mempublikasikan film dan berhubungan langsung dengan media harus cermat mengatur strategi agar filmnya bisa mendapat slot pemberitaan di media. Menurut Lidya, *publicist* film Siti dan Jogja NETPAC Asian Film Festival (JAFF), *publicist* akan membuat realese yang akan disebar pada saat *press conference* film. Biasanya *press release* tersebut membantu wartawan untuk menulis sebuah berita. Dari *press release* tersebut wartawan akan mengolah lagi sesuai dengan gayanya masing-masing.

Publicist film mulai bekerja dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi film. Sebelum film tayang *publicist* biasanya melakukan roadshow ke berbagai media baik media cetak, elektronik maupun *online*. Hal ini bertujuan untuk mempromosikan sebuah film. Pada saat film tayang *publicist* film akan mengadakan *press conference* ataupun nonton bareng media. Dari hasil wawancara peneliti bersama dengan Lidya (*publicist* film). Peneliti menemukan beberapa strategi *publicist* dalam mempromosikan film, diantaranya:

- Membuat konten promosi

Seorang *publicist* harus bisa membuat konten yang menarik dan kreatif. Konten-konten tersebut biasanya diambil dari bagian-bagian film, seperti photo atau video proses produksi film, trailer film, photo potongan adegan film, *meme*, dan konten kreatif lainnya. *Publicist* dibantu oleh bagian grafis yang memilih photo-photo yang dianggap menjual untuk promosi film.

- Membuat *press release*

Press release dibuat sebagai data pendukung wartawan untuk membuat berita, yang berisi tentang review film dari *publicist* dan data 5W+1H. Selain *press release publicist* juga mengirim photo-photo melalui email yang nantinya untuk mendukung berita yang akan ditulis wartawan. *Press realese* biasanya dibagikan pada saat *press conference*.

- Mengadakan *press conference*

Press conference diadakan untuk media mendapatkan sumber langsung dari penggiat film, baik dari produser, sutradara maupun pemain film. Dalam *press conference* akan ada banyak proses tanya jawab antara wartawan dan penggiat film, yang nantinya akan menjadi data yang lebih mendalam bagi wartawan untuk menulis beritanya.

- Nonton bareng media

Publicist menyediakan waktu khusus untuk media nonton bareng bersama pembuat film bertujuan agar wartawan bisa mendapat data yang lebih

mendalam dari pembuat film. Biasanya dari nobar ini wartawan akan membuat berita review untuk mengajak pembaca menonton film tersebut tanpa memberi bocoran alur cerita filmnya.

- *Check dan recheck*

Pada bagian ini tugas *publicist* adalah mengecek semua pemberitaan dari semua media yang diundang ataupun yang menjadi salah satu media partner dari kegiatan film. Biasanya *publicist* selalu mengecek berita yang sudah terbit ataupun yang belum. Tidak hanya *check* dan *recheck* di media saja, *publicist* juga melakukan hal serupa di semua layar bioskop, untuk kebutuhan informasi yang akan diberikan kepada calon penonton dan selalu *diupdate* lewat akun media sosial.