

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Merawatjogja

Ide Merawatjogja muncul karena adanya kekhawatiran oleh Mas Aik, Rian Budi, Novan El-Handu alumni Universitas Islam Indonesia (UII) yang melihat perubahan Jogjakarta dari waktu ke waktu. Merasa tidak bisa mengerjakan bertiga saja, akhirnya mengajak adik tingkat dari mahasiswa Ilmu Komunikasi UII hingga terkumpul 15 orang. (Berdasarkan hasil wawancara dengan Karina Septiani Marzuni selaku Admin Sosial Media pada tanggal 30 Mei 2018)

Merawatogja adalah sebuah lembaga non profit yang diisi oleh anak-anak muda dalam bidang *social media movement activity and city care*, bersifat *voluntary* dengan konsep *homeless media*. Merawatjogja mulai aktif sejak bulan Juni tahun 2017, Merawatjogja bekerja sebagai media alternatif penyebar, penyedia dan pembuat konten positif dan kritis yang mengedepankan semangat membangun, menjaga dan merawat tentang segala hal yang berkaitan dengan Jogja melalui aktivasi online di media sosial. Facebook, Instagram, Twitter dan Youtube adalah media yang digunakan Merawatjogja dalam menyebarkan informasi, opini, ide, kampanye dan gagasan yang berkaitan dengan Jogja dan seluruh masyarakatnya.

Merawatjogja memiliki aktivitas rutin setiap bulan untuk melakukan aktivasi *online* dan *offline* dengan cara turun langsung ke lingkungan

masyarakat, berkolaborasi dengan komunitas yang berada di Jogja dan elemen dari dinas pemerintahan. Merawatjogja memiliki prinsip bahwa sebuah kota, tidak akan pernah bisa dibangun dan dirawat oleh segelintir orang di pemerintahan saja. Merawatjogja menginginkan sebagai masyarakat Jogja, memiliki tanggung jawab bersama untuk ikut memelihara dan merawat kota sekecil apapun kontribusi dan peran kita.

Pada setiap aktivasi yang dilakukan merawatjogja memiliki target sasaran adalah anak muda laki-laki dan perempuan berusia 18-35 tahun. Aktif di media sosial dan lingkungan masyarakat, memiliki gadget, dari kalangan pelajar maupun pekerja, peduli terhadap segala macam isu yang berkaitan dengan Jogja. Mereka adalah orang-orang yang pernah sedang dan akan bersentuhan dengan Jogja, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Selain agar terinsiprasi oleh setiap konten yang diproduksi oleh tim Merawatjogja, Merawatjogja berharap bisa menjadi penggerak dan inspirator dalam mengawal perubahan yang terjadi di Jogja.

B. Lokasi Merawatjogja

Kantor Merawatjogja berada di Jalan Plosokuning Raya II Nomor 4, Minomartani, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta.

C. Visi Misi Merawatjogja

1. Visi

Menjadi acuan sebagai media alternatif di lingkup nasional dalam menyediakan, mengerjakan dan menyebarkan konten lokal secara digital dengan semangat anak muda untuk membangun, merawat dan menjaga kota.

2. Misi

- a. Memberikan dan menyajikan seluruh informasi yang berkaitan dengan Jogja dalam bentuk konten digital, berdasarkan fakta yang ada.
- b. Menjalin kerjasama dengan seluruh komunitas yang ada di Jogja.
- c. Merancang dan membuat kampanye secara online maupun offline.
- d. Menghasilkan konten digital yang independen dan bebas dari segala tekanan.
- e. Menjadi tempat berkreasi dalam bidang digital serta mencerminkan keragaman Jogja.
- f. Menghasilkan konten digital yang bermutu tinggi.

D. Logo Merawatjogja

Gambar 2. 1 Logo Merawatjogja



Sumber: Arsip Merawatjogja

Arti dari logo tersebut, sebagai berikut:

- a. Warna merah

Warna merah dalam logo tersebut menunjukkan semangat. Selain itu menyesuaikan dengan *brand* Jogjakarta yang berwarna merah.

- b. Susunan tulisan yang tidak sejajar

Susunan tulisan Merawatjogja yang tidak sejajar atau naik-turun bermakna kedudukan manusia yang berbeda-beda. Manusia dalam kehidupan memiliki jabatan yang berbeda.

- c. Penggunaan huruf kecil

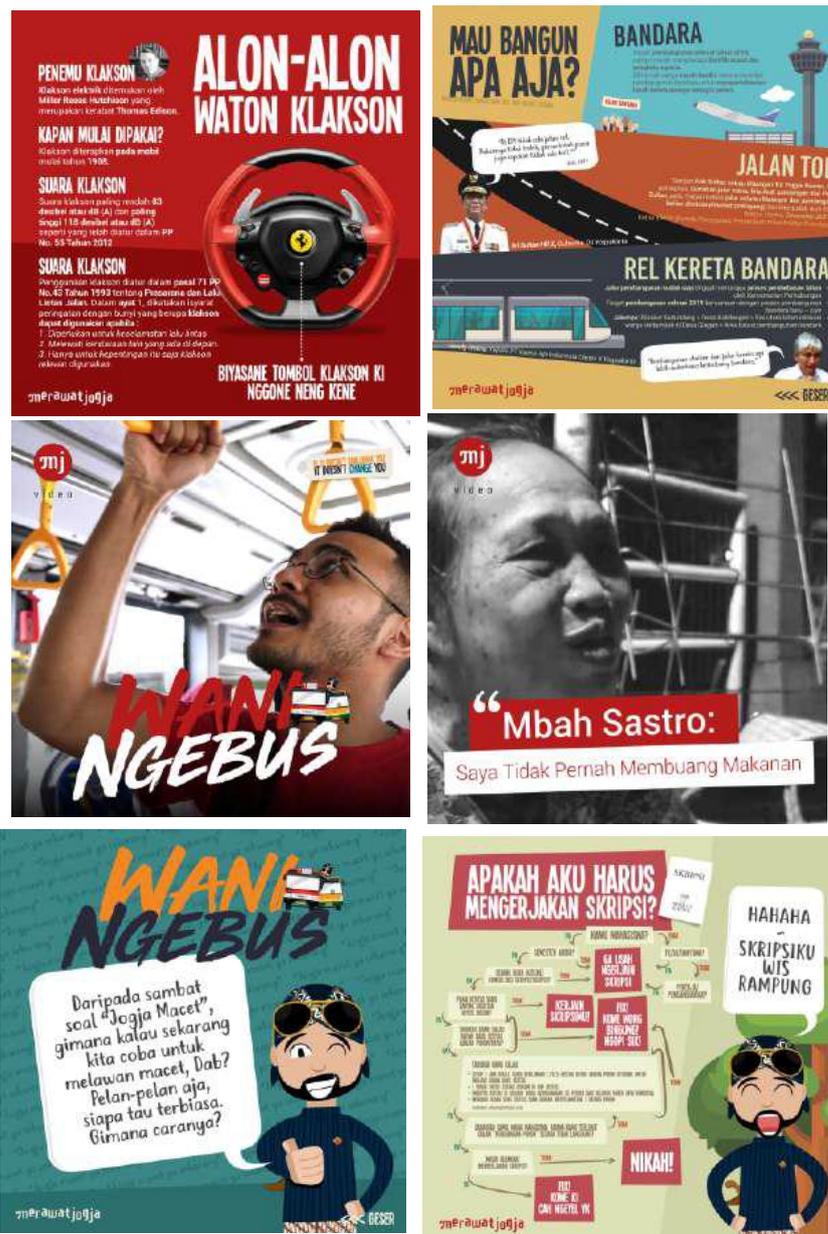
Penggunaan huruf kecil pada tulisan Merawatjogja bermakna kesetaraan manusia, meskipun manusia memiliki kedudukan yang berbeda, kita semua itu setara, manusia yang sama hidup di Jogja.

- d. Tidak memiliki spasi

Dalam logo Merawatjogja tidak memiliki spasi yang bermakna tidak ada batasan antar manusia karena kita semua itu setara.

E. Produk Merawatjogja

Beberapa contoh produk visual berupa informasi, gagasan, ide, kritik dan kampanye yang sudah dihasilkan oleh tim Merawatjogja. Jenis visual yang dihasilkan berupa video, photo dan infografis



Gambar 2. 2 Produk Merawatjogja

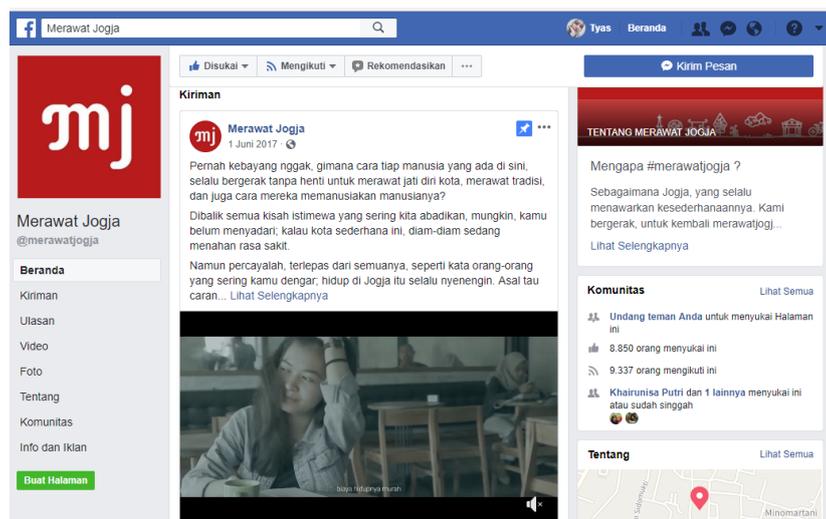
Sumber: Arsip Merawatjogja

F. Media Sosial Merawatjogja

Facebook, Instagram, Twitter dan Youtube adalah media yang digunakan Merawatjogja dalam menyebarkan informasi, opini, ide, *kampanye* dan gagasan yang berkaitan dengan Jogja dan seluruh masyarakatnya. Berikut adalah data singkat tentang perkembangan media sosial Merawatjogja periode 1 Juni 2017-26 Maret 2018.

Akun Facebook Merawatjogja memiliki 8.888 aktif followers, 8.441.647 total *impressions*, 1.945. 616 total *reach*. Untuk akun Youtube Merawatjogja memiliki 894 *active subscribers*, 39.630 *total views*, 94.921 *total minutes watch time*. Akun Instagram Merawatjogja memiliki 12.267 aktif followers, 1.601.248 total *impressions*, 856,375 *total reach*. Twitter 458 aktif followers

Gambar 2. 3 Tampilan Facebook Merawatjogja



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Gambar 2. 4 Tampilan Youtube Merawatjogja



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Gambar 2. 5 Tampilan Twitter Merawatjogja



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Gambar 2. 6 Tampilan Instagram Merawatjogja



Sumber: Dokumentasi Peneliti

G. Tim Merawatjogja

- a. Founder
 - Mas Aik
- b. Co-Founder
 - Rian Budi W.
 - Novan El-Handu
- c. Content Creator
 - Mas Aik
 - Rian Budi W.
 - Novan El-Handu
 - Retyan Sekar
 - Cindara Putri
 - Dhenok Esthi
 - M.Ikhsan
- d. Production
 - Ahmad Suryadi
 - Reyhan Reynaldo
 - Virga Aditya
 - Lukman Adi
 - Agriawan Anshali
- e. Social Media Admin
 - Karina Marzuni

f. Sosial Media Analisis

Mas Aik

H. Tugas Divisi

a. Founder

1. Mengkoordinasikan pelaksanaan program yang dilakukan oleh Merawatjogja.
2. Menentukan kebijakan yang berkaitan dengan langkah-langkah Merawatjogja kedepannya.
3. Melakukan koordinasi dengan para pihak stakeholders terkait kegiatan yang dilaksanakan Merawatjogja.
4. Mengatur sumber daya manusia yang ada di Merawatjogja seperti memberi saran ataupun kritik pada anggota Merawatjogja.
5. Mencari solusi serta menyelesaikan bila terjadi permasalahan.
6. Bertanggungjawab atas kegiatan yang dilaksanakan.

b. Co-Founder

1. Membantu ketua menentukan kebijakan yang berkaitan dengan langkah-langkah Merawatjogja kedepannya.
2. Bersama dengan ketua menguatkan karakter Merawatjogja di media sosial.
3. Membantu ketua mengatur sumber daya manusia yang ada di Merawatjogja seperti memberi saran ataupun kritik pada anggota Merawatjogja.

4. Membantu ketua mencari solusi serta menyelesaikan bila terjadi permasalahan.
- c. Content Creator
 1. Mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten.
 2. Mengkoordinasikan kepada produksi serta sosial media admin mengenai konten yang akan ditampilkan.
 - d. Produksi
 1. Bertanggung jawab merancang konten dalam bentuk visual maupun audio visual di media sosial Merawatjogja seperti infografis, foto dan video.
 - e. Sosial Media Admin
 1. Bertanggung jawab untuk mengunggah materi di akun media sosial Merawatjogja
 2. Bertanggung jawab pada respon setiap komentar yang masuk melalui akun media sosial.
 - f. Sosial Media Analisis
 1. Bertanggung jawab membuat laporan kinerja (*social media report*) pada akun media sosial Merawatjogja.
 2. Mengevaluasi konten yang telah ditayangkan di akun media sosial Merawatjogja.
 3. Mengikuti perkembangan atau tren yang sedang terjadi di media sosial.

I. Profil Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini telah dipilih melalui beberapa kategori yang telah ditentukan peneliti dalam Bab 1.

1. Mas Aik

Mas Aik ialah founder dari Merawatjogja yang juga seorang *Conten Creator* dan sosial media analisis. Sebagai seorang founder tentunya Mas Aik bertanggung jawab pada kegiatan yang dilaksanakan oleh Merawatjogja. Disamping itu, Mas Aik bertanggung jawab untuk mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten. Sebagai seorang sosial media analisis, Mas Aik bertanggung jawab membuat laporan kinerja (*social media report*) serta mengevaluasi konten yang telah ditayangkan di akun media sosial Merawatjogja.

2. Karina Septiani Marzuni

Karina Septiani Marzuni biasa dipanggil Karin ialah seorang mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Karin dalam Merawatjogja sebagai admin sosial media yang bertanggung jawab untuk mengunggah materi serta merespon setiap komentar yang masuk melalui akun media sosial Merawatjogja.