

---

## TRANSFORMASI JURNALISME PERJALANAN TIGA MEDIA: DARI KONVENSIONAL MENUJU ONLINE

Agustin Diana Wardaningsih<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Pelita Harapan

Email: agustin.wardaningsih@uph.edu.

(Submission 04-10-2021, Revisions 11-10-2021, Accepted 14-10-2021)

### *Abstract*

*The demand for traveling for people always grows higher. It means that information about travel guides and tourist attraction is still required. With the development of technology in media, it is easy for people to attain travel guides to various places they desire to visit. In the past, information about travel guides and tourist attractions initially increased through conventional media. Almost every TV station has a particular program that discusses travel and publications through print media such as newspapers and magazines that support tourism activities. When online media emerged as a development of new media, information about tourism objects shifted to online media. This study aims to see the utilization of the travel journalism notion in online media. The research using qualitative approach with single instrumental case study method that focuses on issue to see the transformation of printed travel magazines as conventional media and changes through online media. Travel journalism is a journalistic package that recounts a trip, attraction, or a place for a tourist's need. This concept provides a framework for carefully writing travel information by meeting journalistic standards and ethics. The transformation seen in the online version is the diversity of topics discussed, and not focus only to follow certain selected themes as in the printed version. Innovation also appears in the online version, not only offering text and images, but also audio-visual videos that are more interesting to enjoy. The digital era has brought changes to conventional journalism practices including the packaging of travel journalism into online media with the characteristics of fast production and distribution, but still accurate and reliable.*

**Keywords:** *mass communication, mass media, online media journalism, travel journalism.*

### **Abstrak**

Budaya orang untuk melakukan perjalanan masih sangat tinggi, sehingga informasi tentang suatu obyek wisata pun masih terus dibutuhkan. Dengan perkembangan teknologi terutama media baru, membuat orang mudah menemukan panduan untuk melakukan perjalanan ke berbagai tempat yang ingin dikunjungi. Dahulu, informasi tentang panduan perjalanan dan obyek wisata awalnya meningkat lewat media konvensional. Hampir setiap stasiun TV memiliki program khusus yang mengulas tentang perjalanan, dan publikasi lewat media cetak seperti koran dan majalah juga mendukung kegiatan pariwisata. Saat muncul media online sebagai perkembangan dari media baru, informasi tentang obyek wisata bergeser ke media online. Tujuan penelitian ini untuk melihat penerapan konsep jurnalisme perjalanan pada media Online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus

(case study) instrumental tunggal yang fokus pada isu yaitu transformasi tiga majalah travel cetak sebagai media konvensional, pada tampilan dan perubahannya lewat media online. Transformasi liputan perjalanan yang terlihat pada versi online adalah keberagaman topik pembahasan, dan tidak fokus hanya mengikuti tema tertentu yang dipilih seperti layaknya pada versi cetak. Inovasi juga muncul pada versi online adalah bukan hanya menawarkan teks dan gambar, tetapi juga ada video audiovisual yang lebih menarik bisa dinikmati. Era digital telah membawa perubahan pada praktek jurnalisme konvensional termasuk di dalamnya kemasan jurnalisme perjalanan ke dalam media online dengan karakteristik produksi dan distribusi yang cepat, tapi tetap akurat dan bisa dipercaya.

**Kata Kunci:** komunikasi massa, media massa, media online, jurnalisme, jurnalisme pariwisata.

## PENDAHULUAN

Internet telah membawa perubahan pada masyarakat untuk mengakses dan mendapatkan informasi apapun yang dibutuhkan. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sebagaimana dimuat pada databoks katadata.co.id menyebutkan bahwa pada November 2020, total pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta (Bayu & Ridhoi, 2020). Sementara hasil Sensus Penduduk yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) pada awal Januari 2021 menyebutkan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 mencapai 270,20 juta jiwa (bps.go.id, 2021). Dari sini bisa disimpulkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai hampir 80% dari total penduduk Indonesia.

Data infografis yang dirilis oleh BPS pada Januari 2021 juga menyebutkan bahwa jumlah penduduk didominasi oleh generasi milenial, yaitu mereka yang lahir pada rentang tahun 1981–1996, serta generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1997 – 2012. Dari fakta ini tidak bisa diasumsikan bahwa lebih dari 50% penduduk adalah generasi milenial dan generasi Z yang memiliki kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dengan lebih cepat, dan banyak memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi. Dengan demikian, bisa disebutkan pula bahwa penduduk Indonesia didominasi oleh usia produktif dengan kemampuan adaptasi terhadap teknologi secara lebih cepat, sehingga mudah bagi mereka menguasai dunia digital.



**Gambar 1.** Infografis Hasil Sensus Penduduk 2020, (bps.go.id, 2021).

Penguasaan terhadap perangkat digital dan pemanfaatan internet secara luas juga membawa pengaruh pada pola masyarakat dalam mengakses informasi dan berita. Pola konsumsi masyarakat, terutama generasi Milenial dan generasi Z untuk mendapatkan informasi dari media konvensional seperti media cetak dan elektronik (radio dan TV), mulai banyak yang beralih ke media online maupun media sosial. Perubahan ini menjadikan media-media konvensional mulai membutuhkan adaptasi untuk mulai fokus memanfaatkan perkembangan digital.

Pemanfaatan dan perkembangan digital atau disebut juga sebagai era internet mempengaruhi penyebaran dan keragaman informasi oleh media massa, terutama di Indonesia. Pertumbuhan media online mengalami peningkatan, termasuk juga informasi yang tadinya disediakan oleh media konvensional menjadi lebih beragam disajikan oleh media online. Data Dewan Pers Indonesia menyebutkan bahwa hingga tahun 2019 terdapat sekitar 47.000 media online, namun yang terverifikasi baru mencapai 2.700 media online (Hidayat, 2019).

Data pada website Dewan Pers Indonesia juga menyebutkan bahwa terdapat sebanyak 840 perusahaan pers yang memiliki media online ([dewanpers.or.id](http://dewanpers.or.id), 2021). Tingginya jumlah media online ini memberikan gambaran luasnya penyedia layanan berita dan informasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. (Muhtadi, 2016) menyebutkan bahwa kebutuhan masyarakat sangat tertolong melalui media online. Distribusi informasi kepada khalayak bisa dilakukan dengan sangat cepat, bahkan bisa *real time* diterima lewat portal-portal berita online yang ada. Media online juga mampu memenuhi kebutuhan informasi sampai ke daerah pelosok, selama mereka bisa mendapatkan akses internet.

Tanggung jawab memberikan informasi merupakan salah satu fungsi dari jurnalisme, yang dipahami sebagai kegiatan menghimpun, menulis, menyunting, dan menyampaikan berita pada khalayak melalui media tertentu. Perkembangan teknologi internet meningkatkan ketersediaan informasi, secara teori setidaknya menciptakan peluang bagi masyarakat untuk memeriksa informasi, menemukan sumber alternatif lain dan meningkatkan kekritisan dalam menerima informasi (Fowler & Allan, 2013). Dengan semakin kritisnya penerima informasi, era internet membawa tantangan baru bagi perkembangan jurnalisme. Selain sebagai bagian dari industri media yang sarat kepentingan untuk menghasilkan keuntungan, perkembangan jurnalisme juga tidak bisa melepaskan diri dari tanggung jawab dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Jurnalis merupakan sebuah profesi terhormat di masyarakat karena mewakili aspirasi dan kebutuhan masyarakat luas akan informasi (Musman & Mulyadi, 2017). Salah satu kewajiban utama jurnalisme adalah mengutamakan kebenaran, sehingga sepanjang waktu terdapat kerja keras dalam membangun dan mempertahankan nilai-nilai profesional dalam pengumpulan informasi dan pemberitaan dengan verifikasi data dan transparan.

Ragam jurnalisme sudah berkembang bukan hanya di era internet, tetapi pada pertumbuhan media konvensional sebagai bagian dari industri media yang berkepentingan untuk menghasilkan keuntungan. Informasi yang disampaikan bukan hanya dalam bentuk *hard news* dengan fokus pada fungsi jurnalisme untuk mendidik masyarakat, tetapi juga mempertimbangkan berita *soft news* yang kental dengan

unsur hiburan. Salah satu bagian dari jurnalisme *soft news* adalah Jurnalisme Perjalanan yang berpusat pada gaya hidup masyarakat membahas tentang perjalanan dan pariwisata. Jurnalisme perjalanan berkembang dalam lingkungan tertentu pada media konvensional seperti surat kabar, majalah, dan media penyiaran yang ditujukan kepada khalayak konsumen (Benson & Morgan, 2015 dalam Duffy, 2017). Pada media online, berkejaran dengan kecepatan dalam upaya menyampaikan berita telah memunculkan satu perkembangan baru yaitu jurnalisme online. Perkembangan teknologi digital diikuti pula dengan perubahan pada lingkungan dimana konten informasi perjalanan bukan hanya bisa dilakukan melalui media massa konvensional seperti media cetak dan elektronik, tetapi juga lewat media online, bahkan juga lewat media sosial yang dimiliki secara personal.

Namun, perkembangan teknologi digital dinilai memperkeruh posisi jurnalis perjalanan (Fasha, 2017). Karya jurnalis perjalanan pada media konvensional diidentifikasi pada kegiatan yang dilakukan seseorang yang merekam perjalanannya dengan menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dan menyebarkan kepada masyarakat lewat institusi media massa. Kini teknologi online membuka akses bagi khalayak yang berwisata untuk memproduksi tulisan perjalanan yang bisa diposting di media online atau media sosial. Pada awalnya, institusi media massa menjadi pusat kerja dan penyebaran tulisan perjalanan yang dilakukan jurnalis perjalanan dari rekaman perjalanan yang dilakukan dan ditulis dalam kaidah jurnalistik. Saat ini, media online membuka akses bagi siapa pun wisatawan yang melakukan perjalanan untuk membuat tulisan perjalanan dan menyebarkan kepada khalayak. Ini menjadi salah satu tantangan bagi kerja profesional jurnalis perjalanan, yang disebut oleh Hanusch & Fursich (2014) sebagai "*paradoxical situation*". Munculnya teknologi baru yang memberikan kemudahan serta membuka akses bagi masyarakat untuk bisa menghasilkan konten seputar perjalanan yang dilakukannya. Tapi di sisi lain ini juga memunculkan persaingan dan menyulitkan seseorang yang memiliki profesi sebagai jurnalis perjalanan.

Namun demikian, peluang pasar bagi produk jurnalisme perjalanan masih sangat tinggi. Kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan informasi perjalanan cukup besar karena keinginan kuat untuk terus menerus untuk melakukan perjalanan masih besar. Informasi perjalanan yang biasanya didapat lewat media konvensional, kini bisa didapat dengan mudah dan lebih beragam lewat media online. Penelitian ini dirumuskan untuk membahas pertanyaan pokok, yaitu: *Bagaimana pola distribusi informasi yang dihasilkan oleh jurnalis perjalanan yang biasanya dilakukan melalui media konvensional seperti media cetak dan elektronik, beradaptasi dan bertransformasi kepada media online?* Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat perkembangan jurnalisme perjalanan pada media online sebagai salah satu langkah adaptasi dan transformasi dari media konvensional.

### **Kajian Pustaka**

Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yang dimuat pada Jurnal Komunikasi dan Media, Vol. 5/1 tahun 2020 tentang *Peluang dan Tantangan Jurnalisme Pariwisata dalam Komunikasi*

*Pariwisata Indonesia*. Pada penelitian tersebut, peneliti melakukan observasi terhadap usaha-usaha mengkomunikasikan pariwisata di Indonesia, baik yang dilakukan pemerintah maupun media massa, serta travel blogger Indonesia dalam konsep jurnalisme perjalanan.

Peneliti juga merujuk pada penelitian Folker Hanusch yang diterbitkan pada *Journalism Studies* Volume 11, 2010 mengenai *The Dimensions of Travel Journalism: Exploring New Field for Journalism Research Beyond the News* sebagai kajian literatur dimana penelitian tersebut memberikan dimensi baru dalam perkembangan penelitian jurnalistik yang membahas tentang konsep jurnalisme perjalanan yang berada di persimpangan antara informasi dan hiburan. Selain itu, penelitian tersebut juga membahas peran jurnalisme perjalanan dalam mediasi budaya asing, orientasi pasar, aspek motivasi dan standar etikanya. Pada penelitian ini, peneliti melihat bagaimana transformasi jurnalisme perjalanan dari media konvensional ke media online, khususnya pada media-media di Indonesia.

Penelitian lain yang juga menjadi referensi adalah penelitian Nanang Haroni, Sukirno L. Zakaria tentang *Jurnalisme Online sebagai Komunikasi Pariwisata* yang diterbitkan pada *Journal of Tourism and Creativity*, Vol. 2/1, Januari 2018. Dalam penelitian tersebut, peneliti melihat kaitan antara konsep jurnalistik terutama jurnalistik online dalam membangun citra dan *branding* dari pariwisata sebagai bagian dari komunikasi pariwisata. Dalam penelitian kali ini, tidak fokus pada bagaimana jurnalisme online dimanfaatkan untuk komunikasi pariwisata, tetapi melihat bagaimana transformasi jurnalisme perjalanan pada media online dalam memberikan informasi pariwisata.

Peneliti juga menggunakan kajian literatur penelitian oleh Djoko Waluyo tentang Makna Jurnalisme dalam Era Digital, Suatu Peluang dan Transformasi dan diterbitkan PROMEDIA, Volume Ke-5 No. 1, 2019. Penelitian ini membahas adaptasi media konvensional merubah diri dalam konvergensi media berbasis internet. Dalam penelitian ini observasi dilakukan pada perkembangan jurnalisme perjalanan pada media online khususnya dalam format majalah dengan batasan penelitian mengobservasi dan membandingkan majalah travel konvensional dan majalah travel online. Dari hasil observasi akan dikaitkan dengan konsep-konsep jurnalistik perjalanan, perkembangan jurnalistik perjalanan, juga untuk melihat transformasi jurnalisme perjalanan pada media konvensional ke media online.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan studi kasus (case study). (Yin, 2018) menjelaskan bahwa studi kasus sangat relevan untuk digunakan bagi penelitian yang mencari jawaban dalam menjelaskan suatu fenomena sosial yang terjadi. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati dan menjelaskan adanya transformasi media konvensional pada media online, yang penulisannya menggunakan konsep jurnalisme perjalanan. Penelitian dilakukan dengan mengambil data melalui observasi obyek penelitian yaitu tampilan majalah cetak terutama majalah travel internasional yang juga diterbitkan dalam bahasa Indonesia, yang bertransformasi menjadi media online. Fokus observasi adalah melihat tampilan media online yang memuat informasi tentang perjalanan.

(Cresswell, 2015) menyatakan bahwa studi kasus terbagi menjadi tiga jenis berdasarkan tujuan dari analisis kasus yang dilakukan, yaitu: 1) Studi kasus instrumental tunggal dimana peneliti memfokuskan perhatian pada suatu isu, kemudian memilih satu kasus terbatas untuk mengilustrasikan isu tersebut; 2) Studi kasus kolektif atau majemuk dimana peneliti memfokuskan pada suatu isu dan memilih beragam studi kasus untuk mengilustrasikan isu tersebut. Kasus majemuk dapat dipilih untuk memberikan beragam perspektif terhadap isu tersebut, dan; 3) Studi kasus instrinsik, dimana peneliti fokus pada kasus itu sendiri karena kasus tersebut menghadirkan situasi yang tidak biasa atau unik. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dikatakan bahwa peneliti menggunakan studi kasus instrumental tunggal yang fokus pada satu isu, yaitu transformasi tampilan dan perubahan 3 (tiga) majalah travel cetak sebagai media konvensional menjadi media online.

## PEMBAHASAN

(McDougal, 1992) menyebutkan bahwa jurnalistik merupakan sebuah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa sehingga menjadi produk berita. Dalam kegiatan tersebut, terdapat etika dalam pelaksanaannya, dan juga tuntutan tentang teknik-teknik penulisannya. Kovach & Resentiel dalam (Aswar, 2018) menyebutkan bahwa salah satu etika jurnalistik adalah loyalitas utama kepada masyarakat, bukan pada penguasa atau pemilik modal. Independensi jurnalistik menjadi salah satu tantangan berat karena dalam kerja jurnalistik ada kepentingan ekonomi dari pemilik modal dan kepentingan politik. Tantangan ini juga hadir dalam pola penulisan jurnalistik perjalanan. Jurnalis perjalanan untuk mendapatkan liputannya harus melakukan perjalanan dan membutuhkan transportasi, akomodasi, dan pengeluaran lain yang membutuhkan biaya tidak sedikit. Untuk kepentingan tersebut maka perjalanan liputan tersebut membutuhkan sponsor, baik dari pemilik modal, atau juga pemilik usaha wisata, bahkan pemerintah daerah dimana wisata tersebut berada.

Sulit mengangkat konsep kejujuran dalam liputan wisata tersebut karena jika menceritakan fakta obyek wisata yang buruk, berhadapan dengan tuntutan sponsor untuk memberitakan obyek wisata sehingga orang tertarik berkunjung. Jurnalis perjalanan harus kreatif mengemas liputannya menjadi sebuah informasi tanpa merugikan banyak pihak. Pengembangan liputan jurnalisisme perjalanan dikemas bukan hanya sekedar memberikan petunjuk dan saran yang akurat terkait satu obyek wisata, tetapi juga memadukan unsur hiburan dan relaksasi. Hal ini untuk menjawab kebutuhan masyarakat sebagai konsumen yang membutuhkan atau informasi yang diperlukan. Sebagaimana disebutkan oleh (Hanusch & Fursich, 2014) bahwa liputan perjalanan bukan merupakan *'hard news'* karena bukan sekedar memberikan informasi sosial untuk memenuhi hak masyarakat untuk mendapatkan informasi, tetapi juga menyediakan sesuai kebutuhan atau keperluan masyarakat sebagai konsumen penikmat media tersebut.

Sejarah perkembangan jurnalisisme perjalanan tidak bisa dilepaskan dari perkembangan kegiatan jurnalistik, atau sering juga disebut sebagai jurnalisisme. Nasrullah dan Suheimi dalam Aswar (2018) menyebutkan bahwa kerja jurnalis

sudah ada sejak jaman Romawi Kuno (100 – 44SM). Pada saat itu, kerja jurnalis dimulai dari tulisan yang dicetak dengan media pertama yang berbentuk barang cetakan atau disebut sebagai ‘Acta Diurna’ yang berarti catatan harian. Kemudian muncul ‘Gazetta’ di Venesia (1536 M) yang masih berbentuk *newsheet*, yaitu kertas-kertas lepas yang digantungkan. Seiring dengan perkembangan teknologi sejak ditemukannya mesin cetak era Guttenberg, maka jurnalisme berkembang, salah satunya memunculkan kerangka jurnalisme perjalanan.

(Arismunandar, 2010) menyebutkan bahwa jurnalisme perjalanan fokus liputannya bukan saja menggambarkan keindahan sebuah obyek wisata tetapi juga bagaimana dengan orang sekitarnya. Dalam perkembangannya, menurut Fursich dalam (Pirolli, 2014), jurnalisme perjalanan masuk dalam kategori jurnalisme gaya hidup karena bukan menyampaikan informasi sosial bagi masyarakat, tetapi lebih pada menjawab kebutuhan dan keinginan masyarakat tentang perjalanan wisata. Perjalanan wisata merupakan gaya hidup, yang salah satunya sudah ada dalam perkembangan sejarah perjalanan dari para bangsawan Romawi kuno yang melakukan perjalanan berkunjung ke vila di daerah pedesaan untuk relaksasi, atau perjalanan grand tour kaum elite di Inggris untuk belajar kesenian dalam kurun waktu tertentu (Lynch, 2019). Saat ini perjalanan wisata masih merupakan bagian dari gaya hidup, walaupun tidak hanya dilakukan oleh kalangan tertentu, tetapi sudah bersifat massal karena dilakukan banyak orang.

Pergi berwisata atau berjalan-jalan ke sebuah obyek wisata tertentu merupakan satu hal yang disukai banyak orang. Permintaan akan kunjungan wisata membuat banyak negara menggantungkan pemasukan devisa negara dari sektor pariwisata. Ini juga terjadi di Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan banyak obyek wisata yang indah, maka sektor pariwisata menjadi salah satu perhatian pemerintah karena bisa menjadi penyumbang devisa negara. Juga pertumbuhan industri pariwisata mampu menciptakan lapangan kerja yang mudah dan murah. Data dari website Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara tahun 2017 mencatat bahwa sektor pariwisata Indonesia telah menyumbangkan 10% PDB nasional, dengan nominal tertinggi di ASEAN. Data dari [menpan.go.id](http://menpan.go.id) tahun 2017 juga menyebutkan bahwa PDB pariwisata nasional tumbuh 4,8% dengan tren kenaikan sampai 6,9%. Angka pertumbuhan tersebut jauh lebih tinggi daripada industri agrikultura, manufaktur otomotif, dan pertambangan.

Tingginya minat orang untuk melakukan perjalanan atau berwisata meningkatkan kebutuhan orang akan informasi seputar perjalanan yang akan dilakukan. Survey TripAdvisor (dalam Fasha, 2017) menyebutkan bahwa 59% peminat perjalanan wisata akan melakukan riset untuk perjalanan yang akan dilakukan antara 1 sampai 3 bulan sebelum perjalanan tersebut dilakukan. Banyak orang membutuhkan informasi perjalanan wisata untuk melakukan perencanaan, baik ke daerah yang belum pernah dikunjungi sama sekali, ataupun ke daerah yang sudah beberapa kali dikunjungi. Kebutuhan akan informasi wisata ini cukup tinggi, karena masyarakat secara umum ingin mempersiapkan diri sehingga bisa menikmati perjalanan dengan nyaman.

Sebagaimana dikutip Fasha (2017), survey Trip Advisor 2016 menyebutkan bahwa media yang dominan digunakan oleh calon wisatawan dalam mengakses

ulasan perjalanan adalah media online yaitu sebesar 65%. Selain itu, foto dan gambar menjadi salah satu obyek konten yang menarik bagi banyak calon wisatawan. Kebutuhan ini membawa pengaruh bagi konsep jurnalistik konvensional, yang bergeser ke jurnalistik online. Sebagaimana dikutip Musman dan Mulyadi (2017) dalam *Online Journalism*, Holcomb Hathaway Publisher, bahwa jurnalistik online memiliki keunggulan, diantaranya adalah: (1) *Audience control*, dimana memungkinkan audiens untuk lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya; (2) *Nonlinearity*, bahwa setiap informasi yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audiens tidak harus membaca secara berurutan untuk memahaminya; (3) *Storage and retrieval* atau berita bisa tersimpan, sehingga bisa diakses kapanpun dengan mudah oleh audiens; (4) *Unlimited space*, jumlah berita atau informasi yang ditayangkan lebih lengkap dibandingkan media lainnya; (5) *Multimedia capability*, memungkinkan selain teks, ada suara, gambar, dan video yang bisa dinikmati oleh audiens, dan; (6) *Interactivity*, yaitu adanya kemungkinan interaksi dengan audiens dalam setiap berita.

### Pelopor Jurnalisme Perjalanan

Pada saat konsep jurnalisme perjalanan dari media konvensional bertransformasi ke media online, maka kelebihan-kelebihan kemas jurnalistik online melekat pada jurnalisme perjalanan versi online. Salah satu pelopor konsep jurnalisme perjalanan dimulai pada majalah cetak *National Geographic*. Rosekranz (2016) menjelaskan bahwa konsep jurnalisme perjalanan diakui sebagai bagian dari jurnalistik bisa dikenali lewat majalah *National Geographic* yang sudah ada sejak tahun 1988. Sejak saat itu kebutuhan akan informasi perjalanan dipenuhi oleh media konvensional yaitu majalah cetak. Setelah makin berkembang, tulisan jurnalisme perjalanan bisa ditemukan hampir di setiap bentuk publikasi media massa, seperti majalah dengan subyek liputan tertentu, koran dengan kolom travel mingguan, dan media elektronik terutama televisi dengan program-program mingguan tentang perjalanan, dan merambah pada media online.



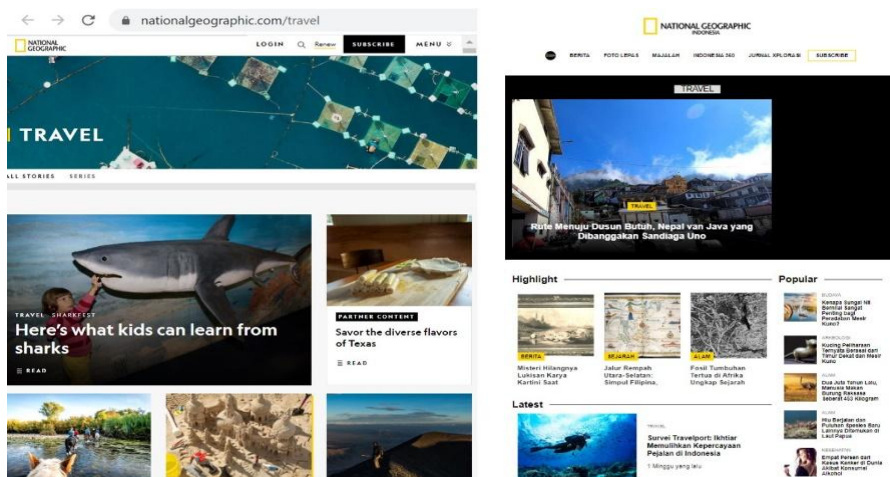
Gambar 2. Cover Majalah National Geographi Traveller, (Natgeo.com (2021)



Berdasarkan penjelasan dari website [Natgeo.com/travel](http://Natgeo.com/travel) (2020), majalah *National Geographic Traveller* adalah majalah resmi *National Geographic Society* yang didirikan sejak tahun 1988. Konsep jurnalisme perjalanan muncul lewat artikel-artikel tentang berbagai tempat di belahan dunia, dengan memuat info seputar sejarah, budaya, kondisi geografis, juga keindahan sebuah lokasi wisata, yang terbit dalam bahasa negara penerbit. Selain itu, versi cetak dalam bentuk majalahnya juga telah beredar di seluruh dunia. Bahkan sejak tahun 2011 sudah beredar dalam 40 bahasa yang berbeda. Majalah *travelling* ini telah menjadi salah satu referensi bagi wisatawan jika hendak berkunjung ke suatu negara tertentu. Versi bahasa Indonesia juga menjadi salah satu acuan perjalanan di Indonesia, dan diterbitkan salah satu group media besar yaitu Kompas Gramedia ([RiauMagz.Com](http://RiauMagz.Com), 2018).

Kelebihan dari majalah versi cetak ini sama seperti media cetak pada umumnya, yaitu liputannya mendalam dan detail, sifatnya yang terbit secara periodik, dan biasanya ada tema tertentu pada tiap edisinya. Majalah sebagai media cetak ini juga bisa dinikmati dalam waktu panjang, disimpan, bahkan juga dijadikan koleksi. Namun kelemahan dari majalah versi cetak ini adalah harga yang sangat tinggi, sehingga hanya bisa diakses kalangan terbatas. Hal ini membuat distribusi dari majalah *National Geographic Traveller* versi cetak tidak merata, informasi yang dibuat juga tidak mudah diakses oleh setiap orang.

Perkembangan teknologi menuntut adanya kebutuhan untuk beradaptasi, termasuk pada majalah *National Geographic Traveller* versi cetak. Transformasi ke media online mulai dilakukan sejak tahun 2015 yaitu versi cetak *National Geographic Traveller* juga muncul dalam platform digital [Nationalgeographic.com/travel](http://Nationalgeographic.com/travel). Hingga saat ini, website online lebih banyak memuat informasi perjalanan yang lengkap, dan audiens juga memiliki kontrol penuh untuk bisa memilih secara acak informasi apa yang ingin dibaca terlebih dahulu dengan lebih mudah.



**Gambar 3.** Halaman Muka Website Natgeo Traveller International & Natgeo Indonesia, ([Nationalgeographic.com/travel](http://Nationalgeographic.com/travel), [natgeographic.co.id](http://natgeographic.co.id) (2021)

Majalah *National Geographic Traveller* versi cetak terbit rutin sebagai majalah bimontly atau dua bulan sekali. Sementara untuk versi digitalnya selalu membuat artikel yang baru setiap hari, dengan keberagaman liputan. Sejak tahun 2019, untuk edisi Desember/Januari, menjadi edisi versi cetak yang terakhir dari *National Geographic Traveller* U.S. Edition, dan selanjutnya majalah ini fokus mengembangkan digital platform (Guaglione, 2019). Dengan bertransformasi lewat media online, maka seluruh artikel tersimpan dan memudahkna audiens untuk menemukan informasi apapun pada periode kapanpun dengan mudah, dengan ruang penyimpanan data yang lebih ringkas, dibandingkan mencari informasi lewat media cetak.

Transformasi liputan perjalanan yang terlihat pada versi online adalah keberagaman topik pembahasan, dan tidak fokus hanya mengikuti tema tertentu yang dipilih seperti layaknya pada versi cetak. Inovasi juga muncul pada versi online, dimana versi online bukan hanya menawarkan teks dan gambar, tetapi juga ada video audiovisual yang lebih menarik yang bisa dinikmati. Inovasi juga terlihat dengan munculnya liputan perjalanan yang dimuat tidak hanya hasil liputan jurnalis perjalanan yang bekerja pada kantor redaksi, namun juga terdapat *freelancer travel journalist*. Walaupun terdapat tulisan-tulisan dari *freelancer journalist*, artikel pada majalah ini berusaha untuk tetap mempertimbangkan etika jurnalistik dalam menulis ceritanya. Story telling yang dikemas dengan menggabungkan kerangka jurnalistik standar 5W + 1H masih ditemukan, sehingga walaupun ada unsur promosi dalam tulisan, masih menggambarkan adanya obyektivitas.

Hanusch dan Fursich (2014) menyebutkan bahwa pekerjaan menulis liputan perjalanan bukan hanya bisa dihasilkan oleh jurnalis yang bekerja pada sebuah institusi media, tetapi juga oleh *freelancer travel journalist*. Namun etika jurnalistik masih perlu digunakan bahkan dalam liputan jurnalisme perjalanan. Karena itu tidak bisa dipungkiri bahwa siapapun bisa membuat tulisan perjalanan yang dilakukan. Bahkan jurnalisme perjalanan berkembang diawali dari catatan-catatan yang dibuat banyak orang dan bisa dituliskan kembali jadi referensi yang bisa dibaca orang lain.

Konsep jurnalisme perjalanan di Indonesia sendiri sudah dimulai sejak permulaan abad ke-20, lewat catatan perjalanan yang ditulis oleh Adinegoro, wartawan senior Indonesia masa itu (Irwansyah dalam Wardaningsih, 2020). Catatan perjalanan Adinegoro sudah dibukukan dan memuat kisah perjalanan selama mengunjungi negara-negara di Eropa. Catatan perjalanan itu awalnya dimuat di majalah *Pandji Poestaka* sebagai salah satu bentuk karya jurnalisme perjalanan. Hingga saat ini tulisan itu bisa dibaca karena dikemas dalam buku dan diterbitkan ulang dalam buku tiga jilid oleh Balai Pustaka. Tulisan semacam itu kemudian berkembang dengan muncul koran cetak seperti *Kompas* yang memuat liputan perjalanan dalam seminggu sekali waktu penerbitannya. Selain itu, ada juga program liputan perjalanan di televisi, dan bahkan pada portal berita seperti Detik.com yang memiliki kanal khusus untuk tulisan perjalanan pada *Detik Travel*.

Seiring dengan perkembangan, kerja jurnalis perjalanan juga mengarah pada kemampuan memenuhi konten multiplatform. Seorang jurnalis perjalanan bisa dikaitkan dengan pekerjaan yang serius, penuh tanggungjawab dalam memberikan informasi, bisa liputannya digunakan lewat portal berita online atau majalah serta

multimedia. Ditambah lagi dengan perkembangan industri pariwisata yang menyumbang sangat besar bagi devisa negara, perlu diimbangi dengan perkembangan jurnalisme perjalanan. Tulisan perjalanan dalam media cetak atau pada majalah pada umumnya, akhirnya harus bersaing dengan liputan perjalanan dan juga situs internet, blog, dan media sosial. Sehingga, bisa dikatakan sudah menjadi hal yang wajar jika sebuah media massa memutuskan untuk bertransformasi pada media digital.

Majalah lain yang awal terbitnya mengusung kemasan jurnalisme perjalanan adalah *DestinAsian*. Majalah yang pertama kali terbit pada tahun 2001 ini merupakan majalah travel dan gaya hidup (*DestinAsian.co.id*, 2021) untuk kawasan Asia Pasifik. Majalah ini terbit enam kali dalam setahun dengan kantor pusat di Jakarta. Distribusi majalah ini hampir ke seluruh wilayah Asia, terutama Singapore, Hongkong, Thailand, India. Majalah ini banyak mengulas tentang destinasi wisata Asia dengan sangat detail, dan tidak hanya menceritakan keindahan sebuah obyek wisata, tetapi juga mengulas kebudayaan masyarakat setempat, dan informasi-informasi pendukung yang sangat dibutuhkan dalam perjalanan terutama wisatawan yang baru pertama kali berkunjung ke sebuah daerah. Sebagai majalah yang secara periodik terbit setiap dua bulan sekali, perlu waktu lama menunggunya, yang juga membedakan majalah ini dengan media cetak seperti koran yang terbit setiap hari. Waktu terbit yang cukup lama, membuat setiap info yang diberikan pada edisi cetak majalah ini dikemas sangat mendalam dan rinci untuk memberikan informasi yang sangat jelas kepada pembacanya. Kemasan yang menarik, dengan foto-foto yang indah membuat edisi cetak menarik untuk dibaca dan tidak membosankan, dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami.

### **Transformasi ke Online**

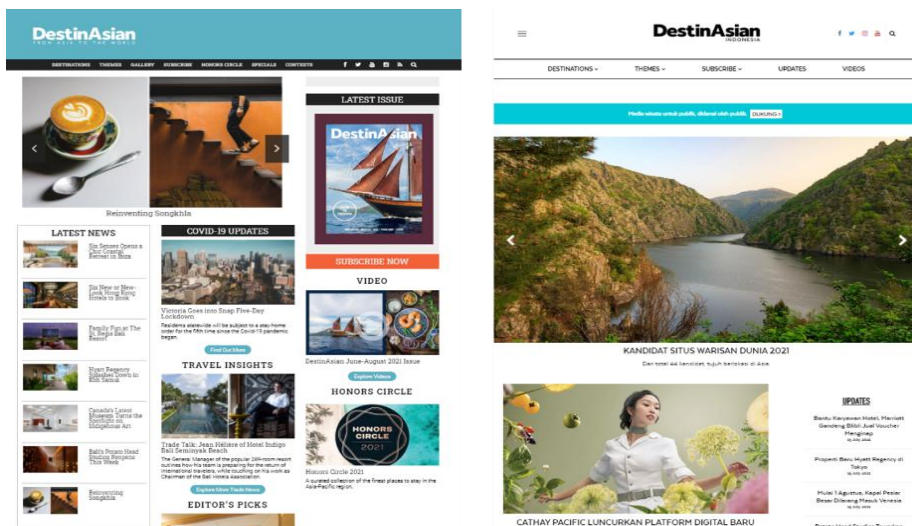
Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Indonesia, *DestinAsian* pada 2013 meluncurkan edisi bahasa Indonesia yaitu *Destin Asian Indonesia* yang lebih banyak mengulas obyek-obyek wisata di Indonesia. Fokus majalah ini adalah mengulas mengenai beragam tempat wisata di Indonesia lewat kolom-kolom artikelnya. Majalah ini diterbitkan oleh PT Media Destinasi Indonesia yang menawarkan panduan menjelajah keindahan (*RiauMagz.com*, 2018). Selain menyajikan ulasan tentang pesona dan keindahan tempat wisata di Indonesia, majalah ini juga berbagi pengalaman wisatawan saat berinteraksi secara langsung lewat kuliner dan budaya masyarakat di obyek wisata yang dikunjungi. Ulasan ini bisa memberikan wawasan baru dan menggugah pembaca lain, baik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk ikut merasakan pengalaman yang sama dengan berkunjung ke obyek wisata tersebut.

Sekitar tahun 2017, *DestinAsian* akhirnya bertransformasi menggunakan media online. Ada dua website online yaitu *DestinAsian.com* dengan isi konten tidak berbeda jauh dari versi majalah cetak, dan versi *e-magazine* yang bisa diunduh (*DestinAsian.com*, 2021). Dan satu website lagi adalah *DestinAsian.co.id* yang berbahasa Indonesia, dengan konten-konten liputan obyek wisata di Indonesia. Majalah online *Destinasi Indonesia* ini merupakan salah satu pelopor dalam tranformasi dari media cetak ke media online.



Gambar 4. Majalah DestinAsian Versi Cetak, (DestinAsian.com (2021))

Sekitar tahun 2017, *DestinAsian* akhirnya bertransformasi menggunakan media online. Ada dua website online yaitu DestinAsian.com dengan isi konten tidak berbeda jauh dari versi majalah cetak, dan versi *e-magazine* yang bisa diunduh (DestinAsian.com, 2021). Dan satu website lagi adalah DestinAsian.co.id yang berbahasa Indonesia, dengan konten-konten liputan obyek wisata di Indonesia. Majalah online Destinasi Indonesia ini merupakan salah satu pelopor dalam tranformasi dari media cetak ke media online.



Gambar 5. Tampilan Muka Website DestinAsian Internasional dan Website DestinAsian Indonesia, (<https://destinasian.com/>(2021)).

Website DestinAsian.com tidak jauh berbeda dengan versi majalah cetak *DestinAsian* yang penuh warna, foto-foto yang indah, dan juga pada tampilan website-nya lebih berwarna. Namun ada kelebihan dari website-nya, yaitu update yang lebih cepat dibandingkan versi cetaknya, sehingga konten yang ditampilkan

lebih banyak dari tampilan cetak yang terbit secara berkala. Sementara tampilan dari website DestinAsian.co.id tampak sederhana, dengan dominasi warna putih. Informasi yang ditampilkan lebih banyak tentang obyek wisata di Indonesia dengan foto-foto yang ditampilkan memberikan gambaran keindahan yang nyata. Website ini juga menawarkan update informasi lebih cepat daripada versi cetaknya. Baik edisi cetak maupun online, tidak hanya mengandalkan jurnalis dari media tersebut, tetapi juga memiliki kontributor yaitu para travel blogger ternama khususnya yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Trinity, penulis buku “*Naked Traveller*” pelopor *travel blog* di Indonesia.

(Trinity, 2021) menjelaskan bahwa sangat berbeda menulis untuk majalah dan menulis pada *blog*, karena menulis untuk majalah dengan konsep jurnalisme perjalanan masih harus menjaga etika dan menggunakan tata bahasa baku, serta berusaha untuk tidak menjelekkan satu obyek wisata tertentu. Artikel perlu dikemas dengan seksama sehingga informasi yang ditampilkan tidak terlihat mengkritik. Sementara untuk menulis dalam sebuah *blog*, karena kepemilikannya adalah personal maka bisa dengan mudah berekspresi dan bercerita apa adanya.

Riset AC Nielsen 2016 sebagaimana dikutip katadata.co.id (Ekarina, 2018) mengungkapkan bahwa pembaca media online menduduki peringkat teratas untuk mendapatkan informasi dengan penetrasi sebesar 8% dibandingkan media cetak yang menjadi pilihan kelima masyarakat. Informasi yang diberikan lewat media online bisa diperoleh dengan gratis, sementara untuk media cetak perlu dibeli. Kemudahan ini membuat banyak orang secara perlahan mengakses informasi perjalanan lewat media online. Selain itu, kelemahan dari media cetak adalah distribusinya yang tidak merata sehingga tidak semua masyarakat bisa menjangkau info di dalamnya. Tidak meratanya distribusi majalah cetak, terkadang bukan saja tidak mudah diakses banyak orang, tapi juga harga jual bisa berbeda dari satu daerah dengan daerah lain karena adanya perhitungan ongkos pengiriman yang berbeda. Semakin besar ongkos distribusi maka semakin mahal harga dari majalah tersebut. Media online menutupi kelemahan ini karena selama terhubung atau bisa mendapatkan akses internet di daerah manapun, akses untuk mendapatkan informasi ini bisa merata diterima di satu daerah dengan daerah lain.

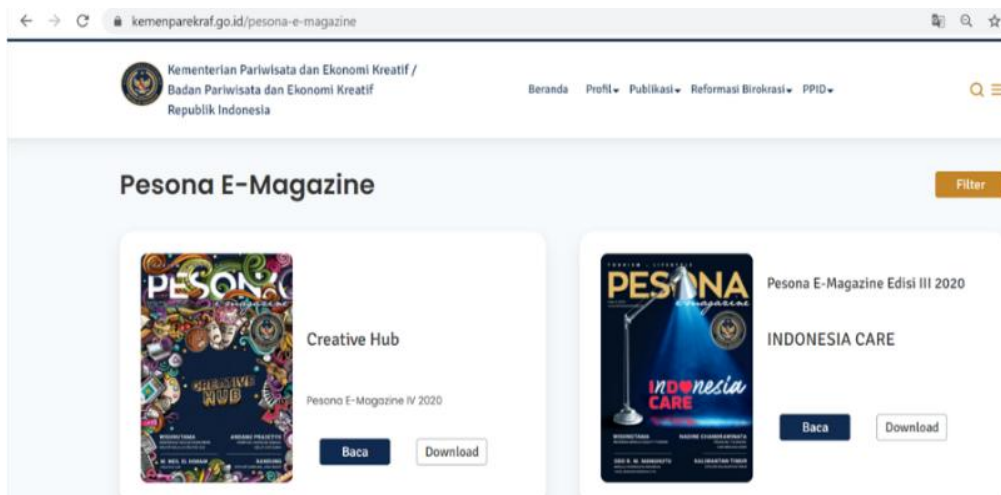
Untuk memenuhi kebutuhan informasi dan sebagai sarana promosi tentang obyek wisata di sebuah wilayah tertentu, ada beberapa majalah perjalanan yang didistribusikan secara gratis di beberapa lokasi. Salah satunya adalah majalah *Pesona*, sebuah majalah yang diterbitkan secara berkala oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang berisikan informasi tentang lifestyle, pariwisata, dan kegiatan Kementerian.

Untuk versi cetaknya, majalah *Pesona* bisa ditemui di ruang publik seperti bandara, tempat makan, atau agen perjalanan. Salah satu kelemahan dari versi cetak majalah *Pesona* adalah distribusi yang tidak merata dan kesulitan untuk mengaksesnya. Hanya masyarakat yang melakukan perjalanan menggunakan pesawat yang bisa menemukan majalah ini dalam jumlah terbatas di ruang tunggu Bandara, sehingga informasinya hanya bisa dinikmati kalangan terbatas. Konsep jurnalisme perjalanan yang muncul pada majalah *Pesona* mengulas keindahan alam Indonesia dengan tujuan persuasi yang kuat lewat gambar dan tulisan di dalamnya.

Versi cetak dari majalah *Pesona* diterbitkan tiga sampai empat periode per tahun, walaupun tidak ada kepastian penerbitannya. Pada tahun 2015, majalah ini memiliki edisi online (e-magazine) yang menawarkan kemudahan untuk diakses.



**Gambar 6.** Cover Majalah Pesona Versi Cetak, (<https://kemenparekraf.go.id/>(2021).



**Gambar 7.** Tampilan e-Magazine Pesona Pada Website Kemenparekraf, (<https://kemenparekraf.go.id/>(2021).

Versi *e-magazine Pesona* tidak berupa website yang berdiri sendiri tetapi bergabung dalam website [kemenparekraf.go.id](https://kemenparekraf.go.id/), dan bukan kanal khusus sehingga tidak ada tampilan muka tetapi langsung muncul halaman majalah dan periode penerbitan. Pembaca bisa mengunduh majalah tersebut yang ditampilkan dalam bentuk PDF. Jadi seluruh informasi yang tersedia sama persis baik edisi cetak maupun edisi online. Transformasi dari media cetak ke media online tidak terlihat, kecuali versi online lebih ringkas, dan fleksibel untuk dibaca dan dengan umur yang

lebih panjang karena tidak mudah rusak. Majalah ini memang menarik dari segi penampilan, dari cover sampai halaman terakhir. Penataan foto-foto lebih dominan dibandingkan teks pada tampilan majalah, membuat majalah ini menarik untuk dilihat dan dibaca. Kelemahan dalam hal distribusi versi cetak yang tidak merata, saat ada edisi online yang bisa diunduh siapapun juga membuat informasinya lebih bisa diakses banyak orang tanpa batasan waktu. Selain itu, dengan sistem tampilan utuh seperti majalah cetak, majalah Pesona online menawarkan ruang penyimpanan, sehingga audiens bisa memilih untuk membaca majalah tersebut bahkan dari edisi yang paling lama.

Di balik keunggulan yang ditawarkan media online, tidak dipungkiri bahwa terdapat kekurangan-kekurangan pada media online. Musman & Mulyadi, (2017) menyebutkan kekurangan pada media online meliputi: (1) Tidak ada ukuran pasti tentang siapa penerbit berita online, sehingga bisa diklaim berbagai pihak; (2) Ada kecenderungan bosan membaca berita online yang panjang; (3) Kebutuhan akan kecepatan maka biasanya informasi yang ditampilkan di media online kurang mendalam dan akurat; (4) Terjadi kesalahan penulisan yang disebabkan ketergesaan dalam proses penulisan; (5) Berpotensi mengakibatkan *cybercrime* seperti penculikan, penipuan, dan berbagai tindakan kriminal lainnya; (6) Menurunnya minat baca di perpustakaan akibat lebih praktis media online, dan; (7) Meningkatnya plagiat akibat mudah dicurinya karya yang tersaji di media online.

Namun demikian, transformasi jurnalisme perjalanan pada majalah versi cetak ke media online bisa dikatakan berhasil dilakukan dengan adaptasi yang baik. Karena *brand* majalah versi cetak sangat kuat sebagai majalah *travelling* maka saat bertransformasi menjadi media online, sudah jelas siapa penerbit dari berita-berita online tersebut. Memang ada kemungkinan ketika terbuka akses secara bebas di media online tersebut, membuka pula kesempatan untuk meningkatnya plagiat. Tetapi artikel-artikel informasi perjalanan tersebut memiliki keunikan karena berangkat dari pengalaman langsung para penulisnya, yang tidak bisa digambarkan lewat aksi plagiat.

Dalam konsep jurnalistik, yang tidak kalah penting diperhatikan adalah unsur keakuratan, fakta dan informasi harus dipercaya, jujur, obyektif dan selengkap-lengkapnyanya, karena produk jurnalistik akan membentuk kepercayaan masyarakat terhadap media tersebut (Silaen, 2012). Jurnalisme perjalanan sejalan dengan konsep jurnalistik dalam mengemas informasi berdasarkan fakta, keakuratan, dan riset maka harus mampu menangkap realitas nyata yang ada dalam sebuah obyek wisata tertentu, berdasarkan pengalaman jurnalisnya saat berada di obyek wisata tertentu. (Sunarto dalam Wardaningsih, 2020) menyebutkan bahwa jurnalistik perjalanan memiliki konsep perjalanan liburan yang ditulis sesuai dengan kaidah jurnalistik, ada etika dan objektivitas. Ini yang membedakan tulisan perjalanan dan karya jurnalistik perjalanan.

Tulisan perjalanan atau *travel writing* bisa diproduksi siapapun yang melakukan perjalanan, kisahnya ditulis tidak menggunakan standar baku, terkadang bisa memasukkan unsur-unsur fiksi untuk menambah informasi. Tapi konsep jurnalisme perjalanan tidak bisa melakukan seperti itu, karena produk yang dihasilkan bukan hanya mewakili personal tapi mewakili media massa tertentu.

Jurnalisme perjalanan akan menuntun *audience* dengan memberikan bukan hanya informasi dengan kerangka etika profesi jurnalistik. Jurnalistik perjalanan secara luas juga memberikan informasi yang menghibur, yang bisa menjadi penghubung antara *audience* dengan lokasi wisata tertentu. Standar ini juga harus dijaga tetap ada saat transformasi jurnalisme perjalanan dari media konvensional ke media online dalam rangka adaptasi perkembangan teknologi.

## SIMPULAN

Dalam industri media berita, penerbitan, dan kinerja jurnalis mengalami perubahan karena perkembangan teknologi. Parker (dalam Ruben & Stewart, 2014) menyebutkan bahwa perubahan dan perkembangan teknologi membawa pengaruh pada peningkatan jumlah informasi yang tersedia pada publik, peningkatan efisiensi, dan lebih banyak variasi bentuk informasi yang bisa sampai pada masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi tidak bisa dihindari, yang juga membawa pengaruh pada perkembangan jurnalistik pada umumnya, sehingga memunculkan adanya jurnalisme perjalanan dengan kemasan memberikan informasi tentang pariwisata dan perjalanan. Jurnalisme perjalanan perlu menangkap peluang di era digital ini dengan melakukan konvergensi media, juga bertransformasi pada media online. Pilihan ini perlu dilakukan terutama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi terutama informasi perjalanan sebagai salah satu tanggung jawab utama dari kerja jurnalisme perjalanan.

Tiga obyek penelitian yaitu majalah *National Geographic Traveller*, *DestinAsian*, dan *Pesona* sudah melakukan transformasi ke media online. Tulisan pada media online tidak berbeda jauh dengan penulisan di majalah yang secara detail bukan saja menggambarkan keindahan dan keunikan dari sebuah obyek wisata tetapi juga lewat interaksi dengan masyarakat bisa menceritakan filosofi dari sebuah obyek wisata, kisah sejarah, karya seni, etika, bahkan dari sekedar perjalanan kuliner pun masih bisa bercerita detail tentang akar budaya makanan yang dinikmati. Karya jurnalisme perjalanan bukan merupakan pekerjaan amatir. Sebagai sebuah profesi, seorang jurnalis secara profesional belajar untuk menerapkan standar jurnalistik pada liputan perjalanannya.

Transformasi jurnalisme perjalanan dari media konvensional ke media online, perlu terus menetapkan standar tersebut dalam setiap berita atau informasi yang disampaikan. Era digital telah membawa perubahan pada praktek jurnalisme konvensional termasuk di dalamnya kemasan jurnalisme perjalanan ke dalam media online dengan karakteristik produksi dan distribusi yang cepat, tapi tetap akurat dan bisa dipercaya. Transformasi dari media konvensional ke media online juga penuh dengan tantangan karena kemasan jurnalisme perjalanan juga muncul pada portal berita dengan kanal khusus travel, juga *travel writing* yang ada pada media sosial yang bisa ditulis setiap orang yang melakukan wisata atau perjalanan. Namun era digital juga membuka peluang untuk kemasan jurnalisme perjalanan bisa berkembang lewat transformasi pada media online.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arismunandar, Satrio. (2010). Mengenal Jurnalisme Perjalanan (Travel Journalism) dan Program Jelajah. Diakses pada Desember 2020. Dari Academia : [https://www.academia.edu/4980098/Mengenal\\_Jurnalisme\\_Perjalanan\\_Travel\\_Journalism\\_dan\\_Program\\_Jelajah](https://www.academia.edu/4980098/Mengenal_Jurnalisme_Perjalanan_Travel_Journalism_dan_Program_Jelajah)
- Aswar. (2018). 4 Pilar Jurnalistik. Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik. Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bayu, Dimas Jarot. Muhamad Ahsan Ridhoi. (2020). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 1967 juta. Diakses pada 12 Juni 2021. Dari databoks katadata : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>.
- Cover Majalah National Geographic (2021). Diakses pada 20 Juni 2021. From National Geographic : [https://www.nationalgeographic.com/magazines/pdf/123014\\_TRV\\_October/DEC30PGF1.html](https://www.nationalgeographic.com/magazines/pdf/123014_TRV_October/DEC30PGF1.html).
- Cover Majalah Pesona. (2021). Diakses pada 12 Mei 2021. Dari Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif : <https://kemenparekraf.go.id/>.
- Cresswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset (3rd ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Data Perusahaan Pers, (2021). Diakses pada 25 Mei 2021. Dari Dewan Pers : <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>.
- Duffy, A. (2017). How Social Media Offers Opportunities for Growth in the Traditional Media Industry: The Case of Travel Journalism. In V. Benson, R. Tuninga, & G. Saridakis (Eds.), *Analyzing the Strategic Role of Social Networking in Firm Growth and Productivity* (pp. 172-187). Diakses pada 15 Mei 2021. From IGI Global : <http://doi:10.4018/978-1-5225-0559-4.ch010>.
- Ekarina. Transformasi Bisnis Media di Era Digital Terus Bergulir. Diakses pada 15 Mei 2021 Dari katadata : <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fcfc332efab0/transformasi-bisnis-media-di-era-digital-terus-bergulir>.
- Fasha, R. (2017). Jurnalis Perjalanan: Menjadi Berbeda Di Tengah Pengulas Wisata Lainnya. Diakses pada 05 Juni 2021. Dari issue : [https://issuu.com/ruangindiependen/docs/4\\_fash](https://issuu.com/ruangindiependen/docs/4_fash)

- Front Page DestinAsian.com. (2021). Diakses pada 20 Mei 2021. From DestinAsian : <https://www.destinasian.com/>.
- Guaglione. Sara. (2019). 'National Geographic Traveler' Ceases Publishing This Year. Diakses pada 12 februari 2021. From mediapost : <https://www.mediapost.com/publications/article/340439/national-geographic-traveler-ceases-publishing-t.html>,
- Hanusch, Folker. (2010). The Dimensions of Travel Journalism: Exploring New Fields for Journalism Research Beyond the News. *Journalism Studies*, 11(1). Pp. 68-82. Diakses pada 17 Juni 2021. From eprint qut: <https://eprints.qut.edu.au/68293/>
- Hanusch, Folker. Elfriede Fursich. (2014). *Travel Journalism : Exploring Production, Impact, and Culture*. Palgrave Macmillian. UK.
- Haroni, Nanang. Zakaria L. Sukirno. Jurnalisme Online Sebagai Komunikasi Pariwisata. *Journal of Tourism and Creativity*, [S.l.], v. 2, n. 1, sep. 2019. ISSN 2716-5159. Diakses pada 17 Juni 2021. Available at: <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13841>. doi: <https://doi.org/10.19184/jtc.v2i1.13841>
- Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020. (2021). Diakses pada 25 Mei 2021. Dari Biro Pusat Statistik (BPS) Indonesia : [https://www.bps.go.id/website/materi\\_ind/materiBrsInd-20210121151046.pdf](https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20210121151046.pdf).
- Hidayat, Hilman. (2019). Dari 47 Ribu, Baru 2.700 Media Online Terverifikasi Dewan Pers. Diakses pada 25 Mei 2021. Dari amsi : <https://www.amsi.or.id/dari-47-ribu-baru-2-700-media-online-terverifikasi-dewan-pers/>.
- Info Grafis Hasil Sensus Penduduk 2020. (2021). Diakses pada 25 Mei 2021. Dari Biro Pusat Statistik (BPS) Indonesia : <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>.
- McDougal, Curtis D. (1992). *Interpretative Reporting*. MacMillan Publishing Co. Inc. New York.
- Muhtadi, Asep Saeful. (2016). *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Musman, Asti, Nadi Mulyadi. (2017). *Jurnalisme Dasar*. Komunika. Yogyakarta.

- Pirolli B. (2014) *Travel Journalism in Flux: New Practices in the Blogosphere*. In: Hanusch F., Fürsich E. (eds) *Travel Journalism*. Palgrave Macmillan, London. Diakses pada 25 Juni 2021. From : [https://doi.org/10.1057/9781137325983\\_5](https://doi.org/10.1057/9781137325983_5).
- Rosenkranz, T. (2019). *From Contract to Speculation: New Relations of Work and Production in Freelance Travel Journalism*. *Work, Employment and Society*, 33(4), 613–630. Diakses pada 25 Juni 2021. From : <https://doi.org/10.1177/0950017018793344>.
- Ruben, D. Brent, Lea P. Stewart. (2016). *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Penerjemah, Ibnu Hamad. *Communication and Human Behaviour*. Pearson. USA. Rajawali Pers. Jakarta.
- Sembilan Majalah Travel Terbaik di Indonesia. (2018). Diakses pada 12 Februari 2021. Dari riaumagz: <https://www.riaumagz.com/2018/05/9-majalah-travel-terbaik-indonesia.html>.
- Silaen, Baharudin. (2012). *Jurnalistik Profesional. Mencari dan Menulis Berita, Feature, Bahasa Jurnalistik, Wawancara, Otobiografi, dan Editing*. L.SAPA. Pematang Siantar.
- Sunarto, (2015). *Travel Journalism Berkontribusi Besar Untuk Pariwisata Indonesia*. Diakses pada 25 Juni 2021. Dari detik : <https://travel.detik.com/travel-news/d-2922996/ternyata-travel-journalism-berkontribusi-besar-untuk-pariwisata-indonesia>
- Trinity. (2021). *Cara Mudah Menulis Kisah Perjalanan*. Bentang Budaya. Yogyakarta.
- Waluyo, D. (2018). *Makna Jurnalisme Dalam Era Digital : Suatu Peluang Dan Transformasi*. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 33 - 42. Diakses pada 17 Juni 2021. Dari jurnal diakom Kominfo : <https://jurnaldiakom.kominfo.go.id/index.php/mediakom/article/view/17>. DOI: <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i1.17>
- Wardaningsih, Agustin Diana. *Peluang dan Tantangan Jurnalisme Perjalanan dalam Mengkomunikasikan Pariwisata*. *Commed : Jurnal Komunikasi dan Media*, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 63-82, dec. 2020. ISSN 2615-6725. Diakses pada 17 Juni 2021. Form ejournal upbatam : Available at: <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/2390>. DOI: <https://doi.org/10.33884/commed.v5i1.2390>
- Watt, Karen Fowler, Stuart Allan. (2013). *Journalism: New Challenges*. Centre for Journalism & Communication Research Bournemouth University. UK.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (Vol. 6). Los Angeles. SAGE Publishing.