Selamat & Sukses
HUT KE-77
SKH KEDAULATAN RAKYAT
27 SEPTEMBER 1945 - 27 SEPTEMBER 2022

STIE NUSA MEGARKENCANA
Kampus: Jl AM Sangaji 49-51, Yogyakarta 55233
PROGRAM STUDI:
- Akuntansi
- Manajemen
AKREDITASI B

Santana Prima Tour
+ 62 896 2639 0256
santanaprima.tour
Jl Diponegoro 116, Yogyakarta 55233, Indonesia

ULTRA
ULET TAKWA DAN RAJIN

EPAPER
www.kr.co.id
BERLANGGANAN
SCAN BARCODE

'KR' Santuni . . . . . Sambungan hal 1

"Seperti dikatakan Pak Baskoro, kita sisihkan sedikit rezeki untuk anak yatim di sekitar masjid ini. Mari kita saling mendoakan. Saya berharap pula semoga dengan sedikit rezeki dari *KR*, anak-anak yatim ini semakin semangat dan tambah bahagia. Kepada pengurus masjid yang saat ini tengah melakukan renovasi masjid, semoga lancar dan cepat selesai," ujar Wirmon.

Slamet Suharjo mewakili anak-anak yatim menyampaikan terima kasih dan berharap santunan ini akan membuat anak yatim di sekitar Masjid Darussalam merasa senang. "Saya mengajak pula mari kita saling mendoakan dan tidak lupa bersyukur dengan peringatan HUT ke-77 *KR*. Semoga *KR* ke depannya lebih maju lagi dari tahun-tahun lalu," ujar Slamet.

Tatang Mulyana menambahkan, 26 anak yatim penerima santunan dari *KR* ini masih belajar di SD, SMP dan SLTA. **(Rar)-d**

Pers . . . . . Sambungan hal 1

Tanpa harus menyesuaikan diri dengan monetisasi berita yang instan, hanya berbasis angka algoritma, jurnalis profesional dan organisasi media harus mengembangkan kolaborasi untuk produksi berita yang dibutuhkan publik. Sebab jurnalisme berkualitas adalah warisan dan ikon utama dari pers cetak yang tak tergantikan oleh media siber. Platform digital menyediakan ruang bagi praktik kolaborasi ini. Seperti kolaborasi meliput kasus tanah Kraton Yogya atau data korban Covid-19. Mereka adalah pelita di tengah kegelapan.

Sejalan dengan komitmen merawat jurnalisme sebagai sembako publik di atas, maka berbagai inisiatif kini diupayakan untuk penyelamatan pers cetak lokal. Di Amerika Serikat sejak awal 2020 muncul gagasan migrasi ratusan media cetak lokal pengusung investigasi dari institusi bisnis ke institusi sosial (*non-profit*). Dalam skema ini, maka media lokal berhak memperoleh subsidi dari negara, bantuan dari lembaga filantrofi internasional dan dukungan komunitas lewat berlangganan sebagai bentuk apresiasi. Solusi lainnya adalah memperkuat lembaga penyiaran publik lokal, berkolaborasi dengan pers cetak lokal dalam mengusung jurnalisme.

Mengintegrasikan keberadaan media cetak lokal pengusung berita berkualitas sebagai kerja layanan publik juga menjadi solusi jangka menengah. Sehingga semua pihak dapat turun tangan atas nama merawat praktek jurnalisme baik. Dalam jangka pendek, pers cetak perlu didorong melakukan transformasi platform layanan ke media digital dengan tetap setia pada konten tradisionalnya, atas nama kepentingan publik.

Los Angeles Times dalam editorialnya 24 Mei 2020 mengambil judul: *we can save local newspaper*. Terdapat dua fenomena kontradiktif di Amerika Serikat yang kini juga terjadi di Indonesia: jumlah jurnalis yang bekerja untuk media pers terus menurun, organisasi berita mengalami tekanan pembiayaan dan bahkan berhenti total. Padahal mereka berperan besar dalam membuka praktik korupsi pejabat lokal, rujukan data yang akurat dan memberikan pendidikan pemilih saat pelaksanaan Pemilu secara kritis.

Di sisi lain, disinformasi politik merajalela, politisasi internet dan media sosial terus terjadi yang memicu polarisasi, mengalahkan jurnalisme berkualitas yang menjadi kebutuhan dasar warga lokal. Terjadi kematian fungsi *watchdog journalism*, karena pembiayaan dan ekosistem bisnis digital yang berbasis kecepatan, bukan akurasi. Implikasi lebih jauh: kontrol sosial dalam demokrasi akan hilang sehingga kerugian sosial tidak hanya terjadi pada media cetak itu sendiri, tetapi negara dan masyarakat yang demokratis.

(Penulis adalah pengajar tetap di Jurusan Ilmu Komunikasi UII & Ketua PR2Media)-d

Pemkab Magelang Raih Penghargaan Inovator Pariwisata Terbaik

MAGELANG (KR) - Bupati Magelang diwakili Sekretaris Daerah, Adi Waryanto menerima penghargaan Inovator Pariwisata Terbaik Bidang Pemerintah dari Wakil Gubernur Jateng Taj Yasin Maimoen. Penghargaan diberikan pada acara Anugerah Pariwisata Jateng dalam rangka memperingati Hari Pariwisata Sedunia Tahun 2022 yang diselenggarakan oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), bertempat di Pelataran Panca Arga, Ketep Pass, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang, Jumat (23/9).

Dalam Sambutannya, Adi Waryanto menyampaikan saat ini pandemi Covid-19 sudah mulai berakhir meski statusnya masih PPKM level I. Beberapa waktu yang lalu, badai pandemi telah menghantam, menghancurkan dan meluluhlantahkan berbagai sendi-sendi perekonomian masyarakat termasuk salah satunya pada industri pariwisata, UMKM dan beberapa sektor lainnya.

Belum berlalu sepenuhnya pandemi Covid-19, dinamika percaturan politik global kembali bergejolak dengan pecahnya perang antara Rusia dan Ukraina yang berdampak dengan munculnya krisis pangan, krisis energi, krisis keuangan, dan saat ini dengan naiknya harga BBM telah memicu meningkatnya laju Inflasi dunia. "Meskipun begitu, kita harus tetap optimis bahwa Industri Pariwisata kita akan menemukan kejayaannya kembali, yang mana semangat ini selaras dengan tema 'Bangkit dari Pandemi, Inovasi Tiada Henti," kata Adi.

Ia berharap melalui penghargaan yang telah diraih ini bisa menjadi pemicu bagi Pemerintah Kabupaten Magelang untuk terus berkomitmen mengenalkan Industri Pariwisata di Kabupaten Magelang kepada dunia. Selain Candi Borobudur, Kabupaten Magelang mempunyai destinasi pariwisata yang tidak kalah menarik seperti Gardu Pandang Ketep Pass , Nepal Van Java, Silancur High Land, Air Terjun Sekar Langit dan Pemandian Air Hangat Candi Umbul di Grabag, serta masih banyak lagi destinasi wisata lain yang sangat menarik untuk dikunjungi.

Hal senada juga disampaikan, Wakil Gubernur Jawa Tengah, Taj Yasin Maimoen bahwa saat Pandemi sektor Kesehatan dan Pariwisata sangat terdampak sekali. Akan tetapi data pemulihan ekonomi disektor pariwisata ternyata sangat bagus.

KR- Bagyo Harsono

Sejumlah Kepala Daerah raih PWI Award bidang Pariwisata.

"Saat ini seluruh Kabupaten/Kota sedang konsen dengan pariwisata, ditambah pembangunan nasional yang diperuntukkan Jawa Tengah ini lumayan masif, pembangunan akses mulai diakses dan sebentar lagi dibangun mulai Semarang ke Jogja ini akses jalur kalau kita manfaatkan ini sangat menarik," kata Taj Yasin.

Sementara itu Ketua PWI Jawa Tengah, Amir Machmud menyampaikan Anugerah Pariwisata Jawa Tengah yang digelar atau diadakan adalah wujud dari bagian kecintaan kepada dunia pariwisata. **(Bag)-d**

HAKLI Berperan dalam Pembangunan Kesehatan Lingkungan

MAGELANG (KR) - Tenaga kesehatan menjadi ujung tombak dalam menghadapi situasi Pandemi Covid-19 selama kurun waktu 3 tahun terakhir. Meskipun pandemi sudah banyak mengalami penurunan, pembangunan kesehatan yang berkelanjutan tetap menjadi komponen penting dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, salah satunya melalui pembangunan kesehatan lingkungan.

Hal tersebut disampaikan Bupati Magelang diwakili Asisten Pemerintahan dan Kesra, Nanda Cahyadi Pribadi saat Rakor Implementasi Peningkatan Profesionalitas Anggota (HAKLI) bertempat di Bapelkes Salaman, Sabtu (24/9).

Nanda menjelaskan sebagaimana diketahui keberhasilan pembangunan kesehatan di bidang lingkungan, tidak hanya menjadi tugas Pemerintah saja, tetapi juga menjadi tanggungjawab bersama, seluruh stake holder dan warga masyarakat. Menurutnya, sejalan dengan dinamika yang berkembang tersebut, Himpunan Ahli Kesehatan Lingkungan Indonesia (HAKLI) sebagai organisasi yang menghimpun para ahli kesehatan lingkungan, yang berorientasi pada kesehatan masyarakat dan juga berbagai konsep diluar kesehatan masyarakat seperti pelestarian alam, sistem lingkungan, dan bidang lainnya mempunyai peran strategis dalam upaya tercapainya kualitas hidup manusia yang sehat, aman, nyaman dan bersih.

Sementara terkait dengan Stunting, di Kabupaten Magelang berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) capaian angka stunting selama lima tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup signifikan, berada pada angka 37,58 persen pada Tahun 2017, dan pada tahun 2021 berdasarkan data aplikasi elektronik-Pencatatan dan Pelaporan Gizi Berbasis masyarakat (e-PPGBM) angka stunting turun menjadi 14,76 persen.

Kemudian capaian penurunan yang cukup signifikan tersebut tentunya tidak lepas dari kontribusi dan dukungan dari semua pihak, termasuk stake holder di luar Pemerintah Kabupaten Magelang seperti Perguruan Tinggi, Organisasi Masyarakat/-Sosial, Lembaga Swadaya Masyarakat, Dunia usaha dan Unsur Masyarakat lainnya yang telah melakukan komitmen dan aksi nyata dalam penurunan stunting terintegrasi di Kabupaten Magelang.

Ketua Himpunan Ahli Kesehatan Lingkungan Indonesia (HAKLI) Kabupaten Magelang, Darkam menyampaikan apresiasi kepada Pemerintah Kabupaten yang selama ini telah mendukung dan telah mensupport kegiatan HAKLI.

"Tentu harapan kami ke depan HAKLI bisa lebih memberikan kontribusi kepada masyarakat dalam hal pembangunan kesehatan di bidang lingkungan," ungkapnya.

(Bag)-d

Kolaborasi Nestle dan Starbucks Memperluas Pasar dengan Menghadirkan Kopi Siap Minum

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
Creative Economy Park

Yulinda Erlistyarini, SIkom MMedKom
Dosen Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta

JAGAT laman sosial media diramaikan oleh para netizen yang posting kopi kaleng siap minum dengan logo Starbucks, siapa sangka Starbucks yang kita kenal sebagai perusahaan kopi kenamaan sekarang menghadirkan produknya siap minum (ready to drink) bagi khalayak yang dapat dibeli di supermarket dan minimarket waralaba di sekeliling masyarakat. Netizen pun menyebutnya sebagai Starbucks versi 'BPJS' dikarenakan harganya yang hanya Rp. 15 ribu rupiah. Padahal biasanya untuk menikmati kopi kekinian di gerai Starbucks khalayak dapat merogoh kocek setidaknya Rp 30 ribu sampai dengan 40-ribu rupiah.

Hal ini tidak terlepas adanya sebuah kolaborasi perusahaan global food and beverage Nestlé dan Starbucks. Kolaborasi ini menghasilkan sebuah kopi instan premium Satrbucks yang tentunya merupakan bagian dari inovasi. Dilansir melalui The Global Coffee Alliance minuman kopi Starbucks ready to drink (siap minum) mulai hadir serentak di supermarket dan minimarket pada 19 September 2022 lalu. Produk kopi Starbucks siap minum ini dihadirkan dengan rasa otentik khas milik Starbucks yaitu dengan dua varian rasa Starbucks Doubleshot dan Starbucks Frappucino. Melalui The Global Coffee Alliance pula, Nestlé dan Starbucks akan membawa beragam rangkaian varian kopi premium, termasuk biji kopi utuh (coffee beans) dan kopi bubuk Starbucks untuk Nespresso dan Nescafé Dolce Gusto.

Apa sih sebetulnya yang bisa kita pelajari dari kolaborasi besar antara Nestlé dan Starbucks? Hal pertama adalah The Power of Branding. Branding (merk) diyakini memiliki kekuatan luar biasa dalam mempengaruhi dan mengarahkan sikap serta perilaku konsumen dalam membeli. Brand adalah sarana komunikasi perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mempengaruhi massa (McQuail, 1986:56). Brand menjadi sangat diperlukan karena ia sebagai penanda barang atau jasa dari para penjual serta pembeda dari pesaing. Begitu besar kekuatan dan pengaruh branding sehingga terkadang pelaku usaha rela merogoh dalam-dalam dana strategi marketing dalam membranding produknya.

Nestlé menggunakan lisensi Starbucks dan menaruh logo kedai kopi yang sudah sangat dikenal masyarakat yang tentunya dengan cita rasa yang khas dan unik pada produk baru kopi siap minum ini. Logo merupakan persona kuat dari sebuah brand untuk membangun hubungan dengan target pasar. Logo sendiri adalah elemen grafis berbentuk ideogram, dapat berupa simbol, emblem, ataupun ikon. Tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo pula merupakan pintu masuk yang dapat mencerminkan karakter sebuah brand. Oleh karena itu, logo harus dapat menampilkan entitas yang diwakilinya. Mengingat betapa pentingnya logo bagi sebuah brand, sudah sepantasnya desain sebuah logo dirancang dengan serius.

Mengutip penuturan Michael Conway selaku Group President International and Channel Development Starbucks, ia mengatakan 'kemitraan kami telah terbukti sangat sukses untuk kedua belah pihak perusahaan dan tentunya kolaborasi baru ini akan membantu kami dalam memenuhi kebutuhan pelanggan kami'. Dalam kolaborasi antara kedua perusahaan yaitu Nestlé dan Starbucks menerapkan Market Penetration Strategy atau kondisi dimana perusahaan menjual produk yang sudah ada dan menjualnya kepada target market yang sudah ditetepakan dari awal. Namun disini perusahaan harus melakukan strategi penetrasi agar penjualannya meningkat. Market penetration atau penetrasi pasar adalah sebuah cara untuk mengukur seberapa banyak sebuah produk atau jasa digunakan oleh para konsumen dibanding jumlah total pasar untuk produk yang ditawarkan tersebut. Tak hanya itu, market penetration juga merupakan cara yang digunakan untuk mengembangkan strategi untuk memperluas cakupan pangsa pasar untuk suatu produk atau jasa tertentu Strategi ini pula yang coba digunakan Nestlé dan Starbucks untuk mempertahankan pasar yang ada dan nama merk asli dari dua perusahaan. Strategi ini diterapkan karena adanya konvergensi horizontal dua perusahaan yang menonjolkan tujuan dan manfaat yang diinginkan dengan berbagai sumber daya. Starbucks dengan sisi kopi eksklusif dan Nestlé dengan sisis ekonomisnya 'merangkul' pasar baru bisnis kopi siap minum. Bagaimana ada yang sudah mencoba kopinya? ***