

# **Manajemen Redaksional Media Online Surat Kabar Lokal**

(Studi Perbandingan Situs Online *solopos.com* dan *krjogja.com*)



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Disusun Oleh**

**Aditya Wahyu Indardi**

**05331089**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya**

**Universitas Islam Indonesia**

**Yogyakarta**

**2012**

**Skripsi**

**Manajemen Redaksional Media Online Surat Kabar Lokal**  
(Studi Perbandingan Situs Online *Solopos.com* dan *Kr.Jogja.com*)

Disusun oleh

**Aditya Wahyu Indardi**

05331089



Telah disetujui :

12 APR 2012

Tanggal: .....

Dosen Pembimbing Skripsi,

**Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si.**

**NIDN 0506038201**

**Skripsi**

**Manajemen Redaksional Media Online Surat Kabar Lokal**  
(Studi Perbandingan Situs Online *Solopos.com* dan *KrJogja.com*)

Disusun oleh

**Aditya Wahyu Indardi**

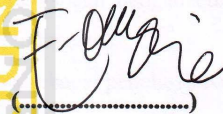
**05331089**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

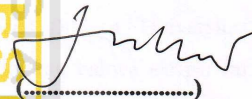
Tanggal : 12 APR 2012

Dewan Penguji:

1. Ketua : **Iwan Awaluddin Yusuf, SIP., M.Si**  
NIDN: **0506038201**

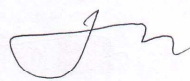


2. Anggota : **Anang Hermawan, S.Sos., MA**  
NIDN : **0506067702**



Mengetahui  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia



**Anang Hermawan S.Sos., MA**

**NIDN 0506067702**



PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Aditya Wahyu Indardi**  
 No. Mahasiswa : **05331089**  
 Jurusan : **Ilmu Komunikasi**  
 Judul : **Manajemen Redaksional Media Online Surat Kabar Lokal (Studi Perbandingan Situs Online Solopos.com dan KrJogja.com)**

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

*Alhamdulillah rabbil'aalamiin*

Yogyakarta, 26 April 2012

Yang menyatakan,



*Aditya*

Aditya Wahyu Indardi

05331089

# SOLOPOS

www.solopos.com

Nomor : **010/S.Ket/ASP/SDM/III/2012**  
Hal : **Keterangan Telah Melakukan Penelitian**

Kepada Yth.  
**Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)**  
**Universitas Islam Indonesia**  
Di tempat

Assalamualaikum, Wr. Wb

Kami yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : Rina Yurini  
**Instansi** : PT Aksara Solopos  
**Jabatan** : Manajer SDM

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian di instansi kami selama 3 bulan, dari Januari 2012 hingga Maret 2012.

**Nama** : Aditya Wahyu Indardi  
**Nomor Mahasiswa** : 05331089  
**Prodi/Fak/Univ** : Komunikasi/FPSB/Universitas Islam Indonesia  
**Judul Penelitian** : Manajemen Redaksional Media Online Surat Kabar Lokal Berbasis Media Cetak (Studi Perbandingan Situs Online *Solopos.com* dan *Krjogja.com*)

Selanjutnya, hasil penelitian ini akan kami gunakan sebagai salah satu masukan bagi pengembangan instansi kami. Oleh karena itu, kami mohon perkenan Bapak agar salinan hasil penelitian ini disampaikan kepada kami.  
Demikian Surat Keterangan ini kami sampaikan. Atas kerjasama dan perkenan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum WR. Wb.

Solo, 19 Maret 2012  
Manajer SDM PT Aksara Solopos

  
**PT Aksara Solopos**  
Rina Yurini



PT. BADAN PENERBIT

# *Kedaulatan Rakyat*

Email: redaksi@krjogja.com

REDAKSI KRjogja.com

Nomor : 024/I/Red-KRJ/03/2012  
 Hal : Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Kepada Yth  
 Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)  
 Universitas Islam Indonesia  
 Di Tempat

Kami yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs Widyo Suprayogi  
 Instansi : Redaksi KRjogja.com  
 Jabatan : Pemimpin Redaksi

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian di Instansi kami selama 3 bulan, dari Desember 2011 hingga Maret 2012

Nama : Aditya Wahyu Indardi  
 Nomor Mahasiswa : 05331089  
 Prodi/Fak/Univ : Komunikasi / FPSB / Universitas Islam Indonesia  
 Judul Penelitian : Manajemen Redaksional Media Online Surat Kabar Lokal Berbasis Media Cetak (Studi perbandingan situs online Solopos.com dan KRjogja.com)

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Drs Widyo Suprayogi  
 PEMIMPIN REDAKSI

## **MOTTO**

**Berangkat dengan keyakinan  
Berjalan dengan keikhlasan  
Istiqomah dalam menghadapi cobaan**



**Karya ini penulis persembahkan kepada :  
Bapak, Ibu, Kakaku, serta keluargaku tercinta.**



## KATA PENGANTAR



Puji syukur kepada Allah SWT atas segala petunjuk dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini dapat penulis realisasikan berkat adanya kesempatan yang diberikan Prodi Komunikasi Universitas Islam Indonesia dalam menjalankan studi hingga pada akhirnya melakukan penelitian sebagai tugas akhir perkuliahan. Terealisasinya skripsi ini juga dikarenakan adanya kesediaan perusahaan media untuk dijadikan sebagai objek bagi penulis dalam memperoleh data pada penelitian yang telah dilakukan. Ucapan terima kasih ditujukan kepada *solopos.com* dan *krjogja.com*, terutama divisi manajemen redaksional yang telah melayani segala sesuatu yang dibutuhkan penulis. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dorongan, dan do'a dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

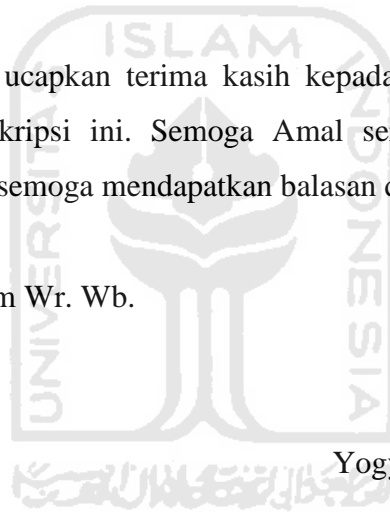
1. Bapak, Ibu, Kakak yang selalu mendoakan dan mendukung aku dalam menjalani hidup ini.
2. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, dan motivasinya yang sangat membantu penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
3. Bapak Anang Hermawan, S.Sos., M.A. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi yang selalu memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.



4. Seluruh dosen dan staff pengajar di Prodi Ilmu Komunikasi yang telah bermurah hati untuk berbagi ilmunya.
5. Bapak Bambang Arif, selaku redaktur *solopos.com* dan seluruh staf redaksional *solopos.com* yang telah banyak membantu dan memberikan data dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Widyo Suprayogi, selaku pimpinan redaksional *krjogja.com* dan seluruh staf redaksional *krjogja.com* yang telah banyak membantu dan memberikan data dalam penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2005 yang tidak bisa disebutkan satu persatu,,terima kasih buat semuanya.

Akir kata penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini. Semoga Amal serta kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, semoga mendapatkan balasan dari Allah AWT. Amien.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Yogyakarta, 26 April 2012

Penulis,

Aditya Wahyu Indardi

## DAFTAR ISI

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERSEMBAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR TABEL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRACT .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB I PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Perumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Manfaat Akademis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Manfaat Sosial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Manfaat bagi peneliti .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Manfaat bagi pembaca .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Tinjauan Pustaka.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Riset Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Kerangka pemikiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

a.	Manajemen Redaksional.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
b.	Perkembangan Media Online di Indonesia	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1)	Sejarah Pergeseran Media Cetak ke Online .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2)	Karakteristik Media Online.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
c.	Surat Kabar Lokal di Indonesia ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F.	Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Paradigma dan Tipe Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Waktu dan Lokasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Narasumber Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
a.	Data Primer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
b.	Data Sekunder .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.	Kategorisasi Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6.	Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7.	Kerangka Kerja Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Media Online <i>solopos.com</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Profil <i>solopos.com</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Data Media.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Gambaran Bagian Redaksional <i>solopos.com</i> ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Rubrikasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Media online <i>krjogja.com</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Profil <i>krjogja.com</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Data Media.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Gambaran Bagian Redaksi <i>krjogja.com</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Rubrikasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

- C. Proses Manajemen Redaksional Media Online *solopos.com* dan *kejogja.com* ..... **Error! Bookmark not defined.**
1. Proses Manajemen RedaksionalMedia Online *solopos.com* .... **Error! Bookmark not defined.**
    - a. Riset Media ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - b. Proses Perencanaan ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - c. Mengatur Sumber Daya ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - d. Pengawasan dan Evaluasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
  2. Proses Manajemen Redaksional Media Online *krjogja.com* .... **Error! Bookmark not defined.**
    - a. Riset Media ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - b. Perencanaan ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - c. Mengatur Sumber Daya ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - d. Pengawasan dan Evaluasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- D. Proses Pemberitaan Media Online *solopos.com* dan *krjogja.com* ... **Error! Bookmark not defined.**
1. Proses PemberitaanMedia Online *solopos.com* ..... **Error! Bookmark not defined.**
  2. Proses Pemberitaan Media Online *krjogja.com*..... **Error! Bookmark not defined.**
- E. Perbandingan Manajemen Redaksional *solopos.com* dan *krjogja.com* ..... **Error! Bookmark not defined.**
1. Perbandingan antara *solopos.com* dan *krjogja.com* ..... **Error! Bookmark not defined.**
  2. Analisis SWOT ..... **Error! Bookmark not defined.**
- BAB IV PENUTUP ..... **Error! Bookmark not defined.**
- A. KESIMPULAN.....91
    1. Proses Manajemen Redaksional Media Onlinesolopos.com dan *krjogja.com* ..... **Error! Bookmark not defined.**
    2. Proses Pemberitaan pada *solopos.com* dan *krjogja.com*..... **Error! Bookmark not defined.**
  - B. Keterbatasan Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
  - C. Saran Praktis ..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Untuk Perusahaan <i>solopos.com</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Untuk Perusahaan <i>krjogja.com</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Saran Akademis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Struktur Sederhana Bidang Redaksi.....	15
Gambar 1.2	Komponen Analisa Data Model Interaktif.....	34
Gambar 1.3	Kerangka Kerja Penelitian .....	35
Gambar 2.1	Struktur Organisasi Redaksional <i>solopos.com</i> .....	39
Gambar 2.2	Tampilan Halaman <i>solopos.com</i> .....	41
Gambar 2.3	Struktur Organisasi Redaksional <i>krjogja.com</i> .....	44
Gambar 2.4	Tampilan Halaman <i>krjogja.com</i> .....	47
Gambar 3.1	Statistik Pengunjung <i>solopos.com</i> .....	52
Gambar 3.2	Proses Pengawasan <i>solopos.com</i> .....	60
Gambar 3.3	Proses Manajemen Redaksional <i>solopos.com</i> .....	61
Gambar 3.4	Statistik Pengunjung <i>krjogja.com</i> .....	63
Gambar 3.5	Mekanisme Perencanaankrjogja.com.....	66
Gambar 3.6	Tingkat Manajer Redaksi <i>krjogja.com</i> .....	69
Gambar 3.7	Proses Pengawasan <i>krjogja.com</i> .....	72
Gambar 3.8	Proses Manajemen Redaksional <i>solopos.com</i> .....	73
Gambar 3.9	Sumber Berita <i>solopos.com</i> .....	76
Gambar 3.10	Alur Proses Pemberitaan <i>solopos.com</i> .....	79

Gambar 3.11	Sumber berita <i>krjogja.com</i> .....	81
Gambar 3.12	Proses Pencarian Berita <i>krjogja.com</i> .....	82
Gambar 3.13	Proses Pemberitaan <i>krjogja.com</i> .....	85
Gambar 3.14	Analisis SWOT <i>solopos.com</i> .....	88
Gambar 3.15	Analisis SWOT <i>krjogja.com</i> .....	90



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Alur Naskah Berita.....	18
Tabel 1. 2	Nara Sumber <i>solopos.com</i> .....	30
Tabel 1. 3	Nara Sumber <i>krjogja.com</i> .....	30
Tabel 1. 4	Kategori Data .....	32
Tabel 2. 1	Tugas Redaktur <i>solopos.com</i> .....	39
Tabel 2. 2	Tugas Staf Redaksional <i>solopos.com</i> .....	40
Tabel 2. 3	Tugas Pimpinan Redaksi <i>krjogja.com</i> .....	45
Tabel 2. 4	Tugas Staf Redaksional <i>krjogja.com</i> .....	45
Tabel 4. 1	Perbandingan antara <i>solopos.com</i> dan <i>krjogja.com</i> .....	85



## ABSTRAK

**Aditya Wahyu Indardi. 05331089. *Manajemen Redaksional Media Online Surat Kabar Lokal (Studi Perbandingan Situs Online Solopos.com dan Krjogja.com)*. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2012**

Informasi menjadi kebutuhan yang penting bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Masyarakat ingin mengetahui isu atau peristiwa apa yang sedang terjadi secara cepat dan terkini. Hal tersebut yang mendorong industri media cetak mulai beralih pada media online. *solopos.com* dan *krjogja.com* hadir untuk memberikan informasi secara cepat dan up-date yang mengusung konsep lokal namun juga memberikan informasi yang bersifat nasional maupun internasional.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai manajemen redaksional antara *solopos.com* dan *krjogja.com* yang didalamnya membahas mengenai proses manajemen redaksional dan proses pemberitaan yang diterapkan oleh kedua perusahaan tersebut. Metode yang digunakan adalah deskriptif pendekatan kualitatif dan menganut paradigma konstruktivisme. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi, wawancara dan dokumen.

Hasil penelitian dari manajemen redaksional media online surat kabar lokal menunjukkan. Proses manajemen redaksional yang dilakukan oleh *solopos.com* dan *krjogja.com* dibagi menjadi : riset, perencanaan, mengolah sumber daya dan pengawasan-evaluasi. Riset yang dilakukan *solopos.com* maupun *krjogja.com* adalah sama karena hanya melihat statistik data pengunjung. Perencanaan pemberitaan pada *solopos.com* masih menjadi satu dengan harian *solopos*, pada *krjogja.com* dilakukan sendiri pada divisi redaksional. Sedangkan



perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang dimiliki sama-sama dilakukan pada *solopos.com* dan *krjogja.com*. Mengolah sumber daya baik pada *solopos.com* dan *krjogja.com* adalah dengan memanfaatkan secara optimal, dan pemberian pelatihan untuk meningkatkan skill karyawan. Pengawasan-evaluasi, pengawasan pada *solopos.com* maupun *krjogja.com* terbilang sama karena pimpinan melakukan pengawasan secara langsung kepada bawahannya. Sedangkan evaluasi pada *solopos.com* masih menjadi satu dengan harian *solopos*, pada *krjogja.com* evaluasi dilakukan setiap seminggu sekali. Proses pemberitaan pada *solopos.com* maupun *krjogja.com* di bagi menjadi beberapa tahap yaitu pengumpulan, penulisan, pengeditan dan penyajian berita. Pencarian dan penulisan berita pada *solopos.com* dilakukan oleh wartawan *solopos* sedangkan pada *krjogja.com* dilakukan oleh wartawan *krjogja* sendiri. Pengeditan pada *solopos.com* dan *krjogja.com* dilakukan oleh redaktur. Penyajian berita pada *solopos.com* dilakukan oleh staf uploader sedangkan pada *krjogja.com* dilakukan sendiri oleh redaktur.

**Kata Kunci :** Manajemen Redaksional, Fungsi Manajemen, Media Online, *Solopos.com* dan *Krjogja.com*

#### ABSTRACT

**Aditya Wahyu Indardi. O5331089. Editorial management of local online newspaper media media (Study of comparison between *solopos.com* and *krjogja.com* online sites). Bachelor thesis, Department of Communication, Faculty of Psychology and Socio Cultural Science, Islamic University of Indonesia. 2012**

*Information becomes an important thing that is needed for most of Indonesian people. They want to know an issue or phenomenon which is being happened quickly and recently. The situation may influence some printed media industries moved to online media. Solopos.com and krjogja.com come to give information which used local concept but they also give national and international information quickly and recently.*

*The aim of this research was to descript about an editorial management between solopos.com and krjogja.com which discussed about their editorial management and publishing process which was applied by both companies. It used descriptive qualitative method and embrace constructivism paradigm. Then, it used observation, interview and document for the data collection technique.*

*The research result of the editorial management of local online newspaper media showed that the application of management functions that were applied between solopos.com and krjogja.com were consisted of planning, organizing, implementation and evaluation. The planning was applied by solopos.com and krjogja.com was similar because they only saw their visitor's statistic data. The publishing planning of solopos.com was still together with solopos daily newspaper, and the publishing planning of krjogja.com was done itself on editorial division. In addition, the human resources development*

*planning were also done by both solopos.com and krjogja.com. The way to process the human resources of solopos.com and krjogja.com was done by making the members work as optimal as they could and giving a training to develop the members' skills. Evaluation supervision, a supervision which was done by solopos.com and krjogja.com may be called similar because their leaders controlled their members directly. In addition, the evaluation in solopos.com was still joined with the solopos daily newspaper. While in krjogja.com, the evaluation was done every week. The publishing planning of solopos.com and krjogja.com were divided into several stages, such as gathering, writing, editing and news presenting. The gathering and writing on solopos.com were done by its journalist, while in krjogja.com, it was done by krjogja journalist. In addition, the editing of solopos.com and krjogja.com were done by their editors. The news presenting of solopos.com was done by up loader staff while in krjogja.com it was done by its editor itself.*

**Key words:** *Editorial Management, Management Function, Online Media, Solopos.com and Krjogja.com*



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi, kebutuhan mengenai informasi merupakan sesuatu hal yang dicari oleh banyak orang. Informasi menjadi kebutuhan yang utama bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Mereka ingin mengetahui isu atau peristiwa apa yang terjadi dilingkungannya, daerah, negara bahkan apa yang terjadi didunia baru-baru ini. Masyarakat menginginkan para penyedia informasi mampu menyediakan informasi peristiwa atau kejadian secara aktual seakurat mungkin dan dapat dipercaya. Kebutuhan informasi dapat terpenuhi dengan cara mengkonsumsi media massa atau produk jurnalistik, baik yang berupa media cetak maupun media elektronik. Media massa memiliki peranan yang sangat penting dan berpengaruh sangat besar terhadap perubahan yang terjadi di dalam kehidupan secara menyeluruh, karena memiliki fungsi sebagai media penyampaian pesan kepada masyarakat mengenai berbagai informasi yang dapat merubah pikiran, perasaan, ataupun perilakunya. Jadi media massa mempunyai andil yang besar sekali karena dapat mempengaruhi pikiran bahkan perilaku secara tidak langsung mengenai apa yang diberitakanya.

Perkembangan informasi semakin marak dan banyak tantangan yang akan dihadapi oleh kalangan media massa. Oleh sebab itu industri media massa berpacu mencapai kesinambungan untuk mengapai khalayak atau masyarakat dalam hal menyampaikan informasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan informasi dan komunikasi sekarang ini sudah dirasakan sebagai hal yang mendasar. Perkembangan teknologi dibidang informasi telah membuat media massa seperti surat kabar, tabloid, majalah, radio, televisi bahkan internet menjadi ladang bisnis yang sangat potensial untuk dikelola oleh kalangan masyarakat. Para pelaku industri dibidang media berlomba untuk memberikan layanan yang memuaskan

untuk menarik perhatian para konsumen untuk membeli produk yang mereka tawarkan. Para pelaku industri berusaha untuk lebih mendekatkan diri kepada konsumen, seperti halnya yang dilakukan oleh media cetak khususnya surat kabar. Mereka coba mendekatkan diri dengan cara menyediakan sarana yang berbasis internet. Konsumen dapat mengakses surat kabar melalui internet kapan dimana saja bahkan dapat diakses menggunakan ponsel yang terhubung langsung dengan internet. Surat kabar online berbasis media cetak merupakan terobosan baru yang dijalankan para pelaku industri media untuk lebih mendekatkan diri kepada para konsumennya.

Secara nyata, praktik *jurnalismeonline* dimulai ketika Mark Drudge yang terkenal lewat Drudge Report-nya membongkar skandal perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky atau yang sering disebut “*monicagate*” Berita skandal ini mulai menjadi perbincangan publik ketika sebuah *e-mail* dikirimkan ke 50 ribu pelanggan pada tanggal 18 Januari 1998<sup>1</sup>. Media cetak maupun media online yang berbasis media cetak masing-masing memiliki keunggulan dan kelemahan. Media cetak memberikan sebuah kenyamanan saat membaca, kedalaman dan kredibilitas beritanya, Kekurangannya adalah tidak banyak orang punya waktu dan tempat yang cukup untuk membacanya. Hal ini berbeda dengan media online yang, kecepatan dan kebaruan berita yang terjaga sepanjang waktu. Selain itu beritanya tidak pernah basi. Didalam media online reporter juga dapat mengirimkan berita dalam jumlah yang tak terbatas ke bank data, Meskipun pada akhirnya editor yang akan menentukan berita mana yang akan diunggah, tetap saja hal ini menjamin ketersediaan dan keragaman konten dalam bank data. Model online juga sangat berperan dalam penghematan biaya produksi. Jika pada versi cetak selalu ada kemungkinan eksemplar yang dicetak tidak habis terjual, tidak demikian halnya dengan versi online. Surat kabar online memastikan tidak perlu anggaran khusus untuk tinta, cetak, dan kertas. Selain itu, pengelolaannya juga relatif mudah dan hemat tenaga. Di samping efisiensi,

---

<sup>1</sup> SeptiawanSantana K, “*Jurnalisme Kontemporer*” (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2005). Hal.136

surat kabar online juga unggul dalam efektivitas penyampaian pesan. Berita yang diunggah diklasifikasikan dalam beragam kategori yang bebas diakses secara gratis oleh pembaca. Walaupun begitu, surat kabar online juga memiliki kelemahan karena kemudahan untuk mengakses surat kabar online masih terbatas bagi sebagian kalangan, terutama kalangan menengah atas, perkotaan, dan mahasiswa. Kondisi sosial, ekonomi, dan demografi Indonesia belum memungkinkan seluruh lapisan masyarakat memiliki akses yang setara terhadap berita online.

Beralihnya media cetak menjadi media online yang terjadi baru-baru ini berdampak langsung ke Indonesia. Beberapa surat kabar nasional langsung memanfaatkan untuk bisa menjangkau konsumen lebih banyak lagi, diantaranya seperti *Kompas*, *Republika*, *Koran Tempo*, dan lebih banyak lagi. Perkembangan teknologi yang hampir merata diseluruh bagian Indonesia memicu media cetak yang ada di daerah-daerah mulai mengikuti jejak dari surat kabar nasional untuk menggunakan media online yang berbasis pada media cetak untuk memasarkan produk jurnalistik mereka. Dengan alasan menyediakan informasi, pengetahuan, dan hiburan yang mendidik namun tidak keluar dari sistim kultur pada lingkungan daerah, membuat media online lokal menjadi sangat diminati. Seperti halnya yang dilakukan oleh surat kabar lokal seperti *Kedaulatan Rakyat dan Solopos*, mereka memberikan warna baru dan perubahan dalam jurnalistik di daerah masing-masing. Masyarakat yang ada di daerah dimanjakan dengan hadirnya media online karena mereka memberikan informasi apa yang terjadi disekitar mereka dengan cepat. Masyarakat yang ada di jogjakarta dapat mengakses media online yang disediakan oleh *Kedaulatan Rakyat* sedangkan masyarakat di Solo dapat mengakses media online yang disediakan oleh *Solopos*. Kedua media tersebut memiliki pasar yang sama tetapi daerah yang berbeda, keduanya sama-sama mengangkat daerah masing-masing.

*Kedaulatan Rakyat* maupun *Solopos* yang memberikan berbagai informasi mengenai daerah yang dilakukan secara online bukan berarti media online tidak memiliki perencanaan sebuah berita yang baik. Pada dasarnya

media online hanya memindahkan berita yang ada pada media cetak mereka secara singkat atau mungkin menghadirkan berita yang belum dihadirkan oleh media cetak. Dalam hal ini berita merupakan unsur yang paling penting, seperti yang telah dipaparkan oleh Sam Abede Pareno berikut ini :

*Berita adalah suatu komoditas (barang untuk diperdagangkan), dalam arti ditawarkan pada pembaca. Maka berita sudah seharusnya memiliki kadar yang ditentukan oleh nilai berita, nilai tersebut berupa nilai moral, keindahan, kepercayaan, dan ukuran.<sup>2</sup>*

Untuk memproduksi sebuah berita yang baik yang aktual, valid dan terpercaya merupakan landasan yang harus dimiliki oleh semua media dalam memproduksi berita. Selain berita yang tidak kalah penting adalah bagaimana manajemen yang diterapkan dalam sebuah perusahaan, karena manajemenlah yang nantinya akan mewujudkan apa yang menjadi tujuan dari perusahaan. Tidak peduli berapa pun ukurannya, dari media lokal sampai media nasional setiap media pers pasti memiliki organisasi manajemen tertentu. Pengorganisasian kerja media pers tidak hanya memproduksi kerja berupa berita. Tapi juga mencakup pekerjaan administrasi perusahaan, teknis percetakan atau produksi siaran dan atau elektronis, serta penjualan atau pemasaran dan pencarian pemasukan dari iklan.<sup>3</sup>

Banyaknya perusahaan media online yang ada di Indonesia, membuat tiap-tiap perusahaan berusaha untuk bersaing menampilkan program acara yang menarik dan berbeda dari pesaing guna menarik minat masyarakat serta mencari keuntungan. Berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan media online dalam bersaing dengan perusahaan media online lain tergantung bagaimana manajemen dari perusahaan tersebut. *Manajemen adalah ilmu dan*

---

<sup>2</sup> Sam Abede Pareno, *Manajemen Berita "Antara Idealisme dan Realita* (Surabaya: Papyrus, 2003) Hal.19

<sup>3</sup>SeptiawanSantana K.,*OP.Cit.*Hal.186

*senimengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.*<sup>4</sup>

Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Bidang-bidang manajemen yang perlu dikelola dengan baik bagi sebuah perusahaan untuk mencapai keberhasilan diantaranya: manajemen SDM, manajemen pembelanjaan, manajemen produksi, manajemen biaya, manajemen pemasaran, manajemen perkantoran, manajemen resiko, manajemen berdasarkan sasaran, dan manajemen mutu.<sup>5</sup>

Dalam media online manajemen mungkin memiliki sedikit perbedaan dengan apa yang dimiliki pada media lain secara umum, tetapi secara alur kerja sebenarnya media online tidak jauh berbeda dengan media cetak. Karena sifatnya menyajikan berita atau informasi secara cepat, maka media online perlu melakukan penyesuaian didalam proses kerjanya.

Manajemen media pada dasarnya adalah memproduksi informasi untuk kemudian secara fisik memproduksi media dan mendistribusikannya, tapi pada dasarnya sebuah media online tidak membutuhkan sebuah pendistribusian pesan. Didalam media online manajemen redaksional mengambil peran yang sangat penting didalam kesuksesan media online tersebut karena pada bagian redaksional memiliki posisi yang penting didalam penerbitan berita. *Manajemen yang diterapkan dalam kegiatan redaksional berkaitan dengan tuntutan untuk merumuskan setiap langkah kerja dalam hubungannya dengan keseluruhan sistem media.*<sup>6</sup>

Manajemen keredaksian dapat diartikan proses antar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media massa untuk mencapai tujuan atau sasaran.

---

<sup>4</sup> Malayu Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Bumi Aksara,2007). Hal.1

<sup>5</sup>*Ibid*,Hal. 2

<sup>6</sup> Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers* (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya, 2002)



Sistem online yang diusung oleh *solopos.com* dan *krjogja.com* tentunya juga akan membawa perubahan dalam manajemen redaksionalnya walaupun kadang berita yang ditampilkan tidak jauh berbeda dengan versi media cetaknya. Fakta tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk melihat lebih jauh tentang bagaimana manajemen redaksional dijalankan pada media online yang diterapkan pada surat kabar harian *Solopos* dan *Kedaulatan Rakyat*. Kedua media tersebut dipilih karena keduanya merupakan surat kabar lokal yang sama-sama memiliki versi online dan memberikan informasi kepada masyarakat sekitar mengenai kejadian apa saja yang ada disekitar daerah masing-masing. Peneliti memilih surat kabar *Solopos* dan *Kedaulatan Rakyat* sebagai objek penelitian. Selain memiliki akses dengan karyawan, peneliti sebelumnya juga telah melakukan pengamatan secara langsung terhadap media tersebut.

## **B. Perumusan Masalah**

Media online surat kabar lokal pada media cetak sebenarnya hampir mirip dengan media massa lainnya. Hal ini terlihat dari berita-berita yang disajikan hampir mirip dengan apa yang dimuat dalam media cetak yang sama, tetapi dalam media online lebih ringkas dan kadang-kadang bisa lebih aktual dari pada media cetak.

Bagi sebuah perusahaan, terdapat beberapa hal penting yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup bagi perusahaan. Hal tersebut yakni, tentang pengelolaan maupun penerapan manajemen yang baik bagi perusahaan. Hal ini juga berlaku bagi industri media massa khususnya media online. Agar dapat mencapai tujuan perusahaan serta meraup keuntungan yang besar perlu diterapkan manajemen yang tepat dalam proses produksi sehingga hasilnya dari produksi dapat diterima oleh konsumen.

Dalam media online manajemen yang terencana dengan baik merupakan sesuatu yang sangat penting. Definisi yang dicetuskan oleh Henry Fayol, yang mengatakan bahwa manajemen adalah "*Proses interpretasi, koordinasi sumberdaya dan sumber dana untuk mencapai tujuan melalui*

*proses perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, pengawasan, dan penilaian*”. Pengertian diatas menunjukkan bahwa bila semua unsur dari pengertian manajemen tersebut dikelola dengan baik, maka apa yang menjadi tujuan dan harapan dari sebuah media dalam hal ini adalah manajemen online akan tercapai.

Manajemen media massa secara umum terbagi menjadi dua bagian yang besar yaitu bagian redaksi dan perusahaan. Redaksi dapat diumpamakan sebagai sebuah kuah dimana proses memasak dilakukan. Di ruang redaksilah dimulai semua kegiatan untuk mencari atau mengumpulkan berita, memilih, mengedit, dilakukan sebelum dilanjutkan ke percetakan atau di unggah melalui internet. Ratusan bahkan ribuan naskah yang masuk ke meja redaksi harus dikelola dengan baik agar hasilnya juga baik.

Melalui penelitian manajemen redaksional media online surat kabar local(studi perbandingan situs online *solopos.com* dan *krjogja.com*), peneliti ingin mengetahui masalah-masalah yang dihadapi oleh media online dari *Solopos* dan *Kedaulatan Rakyat* diantaranya adalah :

1. Bagaimana proses manajemen redaksional media online *solopos.com* dan *krjogja.com*?
2. Bagaimana proses pemberitaan media online pada *solopos.com* dan *krjogja.com*?
3. Bagaimana perbandingan manajemen redaksional media online antara *solopos.com* dan *krjogja.com*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian tentang “Manajemen media online surat kabar lokal” ini mempunyai tujuan untuk :

1. Mengetahui bagaimana proses manajemen redaksional *solopos.com* dan *krjogja.com*.
2. Mengetahui bagaimana proses pemberitaan pada *solopos.com* dan *krjogja.com*.

3. Mengetahui persamaan dan perbedaan padaredaksional media online antarasolopos.com dan krjogja.com.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana tambahan dalam dunia akademis, bisa juga dijadikan sebagai bahan pembelajaran maupun dasar pijakan untuk melakukan penelitian-penelitian lain yang masih terkait dengan manajemen redaksional media online khususnya media online yang berbasis pada media cetak. Hasil dari penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta memacu semangat untuk dilakukannya penelitian-penelitian lain mengenai manajemen redaksional media online khususnya media online yang berbasis pada media cetak.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan dijadikan suatu informasi kepada berbagai pihak. Baik kalangan akademis, pengamat, dan pemikiran bersama dalam menggali dan mengembangkan manajemen redaksional media online yang berbasis media cetak.

##### **2. Manfaat Sosial**

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan gambaran dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan proses manajemen redaksional media online pada harian surat kabar lokal *Solopos* dan *Kedaulatan Rakyat* sehingga dapat menjalankan dan mengemban tugas dengan baik dan hasil yang memuaskan.

##### **3. Manfaat bagi Peneliti**

Menambah wawasan pengetahuan dibidang manajemen redaksional media online yang berbasis pada media cetak sehingga dapat mengetahui bagaimana proses media online itu diproduksi mulai dari pencarian berita sampai pada mengunggah di situs internet.

#### 4. Manfaat bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi dan diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang manajemen redaksional media online berbasis media cetak.

### E. Tinjauan Pustaka

#### 1. Riset Terdahulu

Penelitian sebelumnya mengenai tema yang hampir sama mengenai media online dilakukan oleh Choky Rais Bawapratama, Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Penelitian dengan judul “Konvergensi media dan perubahan dalam manajemen SDM Media : Studi Deskriptif SDM Bagian Redaksi Harian *Solopos*”. Penelitian ini dilatarbelakangi adanya karakteristik yang berbeda baik dalam penulisan, pola kerja maupun budaya organisasi seiring dengan bertambahnya format media. Penelitian ini memaparkan tentang bagaimana kebijakan konvergensi media membawa perubahan dalam manajemen SDM bagian redaksi Harian *Solopos* dan bagaimana SDM bagian redaksi Harian *Solopos* beradaptasi dengan perubahan manajemen SDM yang terjadi sebagai akibat dari konvergensi media.<sup>7</sup>

Dalam penelitian didapatkan beberapa hasil temuan, *Pertama* adalah bagian redaksi Harian *Solopos* yang mendapatkan perubahan pola kerja hanyalah wartawan yang ditugaskan untuk mendukung *solopos.com*. *Kedua*, dalam proses analisa dan klasifikasi pekerjaan, hanya sedikit perubahan dalam analisis dan klasifikasi pekerjaan yang terjadi. *Ketiga*, dalam proses rekrutmen eksternal tidak ada perubahan hanya rekrutmen internal yang mengalami perubahan untuk memperkuat *Solopos.com*. *Keempat*, pasca hadirnya *solopos.com*, hanya terdapat pelatihan informal

---

<sup>7</sup>Choky Rais B., “Konvergensi Media dan Perubahan Dalam Manajemen SDM Media : Studi Deskriptif SDM Bagian Redaksi Harian *Solopos*”. (Skripsi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta 2011)

untuk menyesuaikan dengan gaya tulisan yang dibutuhkan media online. *Kelima*, tidak ada perbedaan sistem penilaian bagi personil yang bekerja untuk harian *Solopos* sekaligus *solopos.com*. *Keenam*, tidak adanya perubahan dalam pemberian kompensasi bagi SDM bagian redaksi.<sup>8</sup>

Penelitian yang diajukan oleh peneliti saat ini mengambil tema mengenai manajemen redaksional media online surat kabar lokal yang berbasis pada media cetak yang memiliki kemiripan tema pada penelitian terdahulu, selain itu penelitian terdahulu dengan sekarang sama-sama menggunakan metode penelitian yang hampir sama. Dalam penelitian yang sekarang ini peneliti melakukan kebaruan yang membedakan dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut terletak pada objek yang diteliti. Selain itu penelitian yang dilakukan sekarang ini mencoba menjelaskan bagaimana manajemen online pada surat kabar itu dijalankan mulai dari proses pencarian, penulisan berita hingga berita tersebut bisa sampai kepada pembaca. Dengan kebaruan dari penelitian sebelumnya, diharapkan akan menghasilkan pengetahuan baru mengenai manajemen online yang dilakukan untuk mempermudah dalam mengakses sumber informasi.

## 2. Kerangka Pemikiran

### a. Manajemen Redaksional

Manajemen redaksional merupakan metode dalam mengelola suatu berita dengan memanfaatkan beragam sumber daya yang dimiliki organisasi redaksi (*news department*). Redaksi membawahi semua kegiatan yang berhubungan dengan produk, yakni berita mulai dari perencanaan program, persiapan liputan, pencarian berita, pengolahan data, hingga berita sampai pada pembaca. Didalam manajemen redaksional permasalahan utamanya adalah bagaimana memadukan sumber daya informasi, sumber daya manusia, sumber daya teknologi

---

<sup>8</sup>*Ibid*

dan sumber daya lainnya. Jika sumber daya yang ada dapat disatukan secara efektif dan efisien maka tujuan dari pada organisasi akan lebih mudah dicapai. Agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai, maka diperlukan sebuah fungsi manajemen. Menurut Ricky W. Griffin dalam situs Wikipedia adalah *manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien*<sup>9</sup>. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.

Menurut Henry Fanyol pengertian manajemen dapat diartikan sebagai :

*proses menginterpretasikan, mengkoordinasikan sumber daya, sumber dana dan sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran melalui tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan penilaian.*<sup>10</sup>

Pengertian tentang manajemen yang dikemukakan oleh Malayu Hasibuan :

*Manajemen merupakan suatu proses yang khas terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan mengendalikan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.*<sup>11</sup>

Dalam pengertian di atas, selain adanya perencanaan dan pengaturan sumber daya manusia yang ada, diperlukan perumusan tujuan manajemen yang sama, sehingga dapat memudahkan proses

---

<sup>9</sup> "Manajemen", <http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen>. (diakses 27 October 2010, 15:33 WIB)

<sup>10</sup> Totok Djuroto. "Manajemen Penerbitan Pers" ( Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004) Hal 96

<sup>11</sup> Malayu Hasibuan. "Manajemen Sumber Daya Manusia". (Jakarta: Bumi Aksara, 2007) Hal.3

manajemen sekaligus mempermudah mencapai tujuan perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Perencanaan (*planning*) merupakan pekerjaan yang meliputi, perumusan tujuan, penetapan strategi, pengembangan rencana-rencana menjadi program yang dapat dikoordinasikan dalam penerapannya.

Pengorganisasian (*organizing*) yaitu pengelompokan dan mengatur unit-unit kerja beserta orang-orang yang ada didalam untuk mencapai program kerja atau juga tujuan organisasi atau perusahaan.<sup>12</sup>

Pengarahan (*directing*) meliputi pemberian arahan, perintah dan saran, baik langsung maupun tidak langsung dari pihak atasan kepada bawahan sebagaimana struktur atau hierarki organisasi atau perusahaan. Kemampuan dalam *directing* merupakan salah satu tolok ukur bagi *leadership* (kepemimpinan) sebab mengarahkan, apalagi memerintah orang, bukan suatu pekerjaan yang mudah. Oleh karena itu *leadership* cenderung dianggap sebagai suatu seni(*art*) karena tidak sepenuhnya bisa diformulasikan dalam bentuk teori. Sebagai salah satu seni, *leadership* merupakan hasil sosialisasi dan pengembangan diri seseorang, misalnya pemahaman tentang tradisi dan adat istiadat agar mampu melakukan *directing* terhadap bawahan sesuai dengan tradisi atau adat istiadat yang melekat pada diri bawahan.<sup>13</sup>

Pengawasan (*controlling*) merupakan suatu fungsi manajemen yang bertindak ibarat “polisi”. Pengawasan adalah fungsi manajemen yang menjaga seluruh kegiatan organisasi atau perusahaan agar tetap sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pengawasan selalu dikaitkan dengan disiplin segenap sumber daya manusia; sebab tujuannya memang untuk menegakan disiplin. Orang-orang yang memiliki disiplin kerja tentu lebih baik dibandingkan mereka yang tidak disiplin. Di dalam pengawasan ini terdapat cara absensi

---

<sup>12</sup> Sam Abede Pareno., Hal.47

<sup>13</sup> *Ibid.*, hal. 47-48



karyawan, proyektor diruang pimpinan untuk melihat ulah para karyawan, juga rapat harian, inspeksi mendadak dan sebagainya.<sup>14</sup>

Didalam media massa diperlukan kebijakan redaksional sebagai pedoman konstitusional untuk menentukan arah atau *job planning* dalam jangka waktu tertentu. Biasanya dewan redaksi sesuai dengan visi dan misi perusahaan itulah dapat ditentukan kebijakan redaksional sesuai dengan ideologi kegiatan jurnalistik. Kebijakan redaksional (*editorial policy*) adalah ketentuan yang disepakati oleh redaksi media massa tentang kriteria berita atau tulisan yang boleh atau tidak diboleh dimuat atau disiarkan, juga kata, istilah, atau ungkapan yang tidak boleh dan boleh dipublikasikan, sesuai dengan visi dan misi media.

*Kebijakan redaksional merupakan hak prerogatif pengelola media massa, termasuk menyesuaikan dengan perekayasaan untuk mempertahankan dan mengembangkan pelanggan atau pendengar atau penonton*<sup>15</sup>

Penentu kebijakan redaksional biasanya adalah pemimpin redaksi ataupun dewan redaksi yang terdiri dari unsur-unsur redaksi, redaktur, pemasaran, iklan dan sebagainya. Kebijakan redaksional lebih memusatkan perhatian kepada bagaimana aspek-aspek dan misi ideal yang dijabarkan dalam peliputan dan penempatan berita, laporan, tulisan dan gambar yang sesuai dengan kepentingan dan selera khalayak yang relatif beragam. Karena sifat khalayak anonim dan heterogen, maka bahasa jurnalistik yang dipilih tentu harus memenuhi asas anonim dan heterogenitas itu. Agar memudahkan seluruh pengelola, maka pedoman pemakaian bahasa jurnalistik ini lazimnya dihilangkan dalam sebuah buku khusus intern sebagai rujukan resmi dalam peliputan, penulisan, pemuatan, penyiaran, atau penayangan berita, laporan, tulisan dan gambar pada media bersangkutan.

---

<sup>14</sup>*Ibid.*, hal. 48

<sup>15</sup> Sam Abede Pareno., Hal.94

Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan adalah pedoman untuk melaksanakan tindakan. Kebijakan redaksional penerapannya berada didalam manajemen berita. Manajemen berita menerapkan fungsi-fungsi manajemen ke dalam suatu berita. Penerapan tersebut dilakukan mulai dari perencanaan, peliputan, penulisan, sampai dengan pengeditan.

Divisi redaksional dalam aktivitasnya berusaha mengemas isi berita dengan sangat baik hingga berita tersebut menjadi berita yang memiliki mutu dan layak untuk dibaca. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut memang tidak mudah dan tentunya memerlukan pekerja yang handal dalam mengelola berita sehingga berita tersebut menjadi senjata yang handal dalam merebut persaingan pasar.<sup>16</sup>

*Bagian redaksional merupakan bagian yang mengurus tentang pemberitaan yang dipimpin oleh seorang redaksi yang bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang terkait dengan pencarian dan pelaporan berita.*<sup>17</sup>

Pola kerja redaksional memuat kepenatan pekerja berita yang merencanakan, melaksanakan, dan menghasilkan peristiwa yang diberitakan. Dengan kata lain, peristiwa yang terjadi di masyarakat menjadi orientasinya.

Dalam ruang redaksi, terdapat seseorang yang bertanggung jawab atas isi pemberitaan dari penerbitan pers, yaitu pimpinan redaksi. Pimpinan redaksi memiliki kekuasaan yang mutlak terhadap perusahaan penerbitannya. Dalam melaksanakan tugasnya, ia dibantu oleh redaktur pelaksana, editor, dan asisten redaktur. Jumlahnya pun tidak menentu tergantung pada kebutuhan penerbitan pers itu sendiri.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Conrad C Fink, "Strategic Newspaper Management". (Georgia : A Simon and Schuster Company, 1996) Hal 146

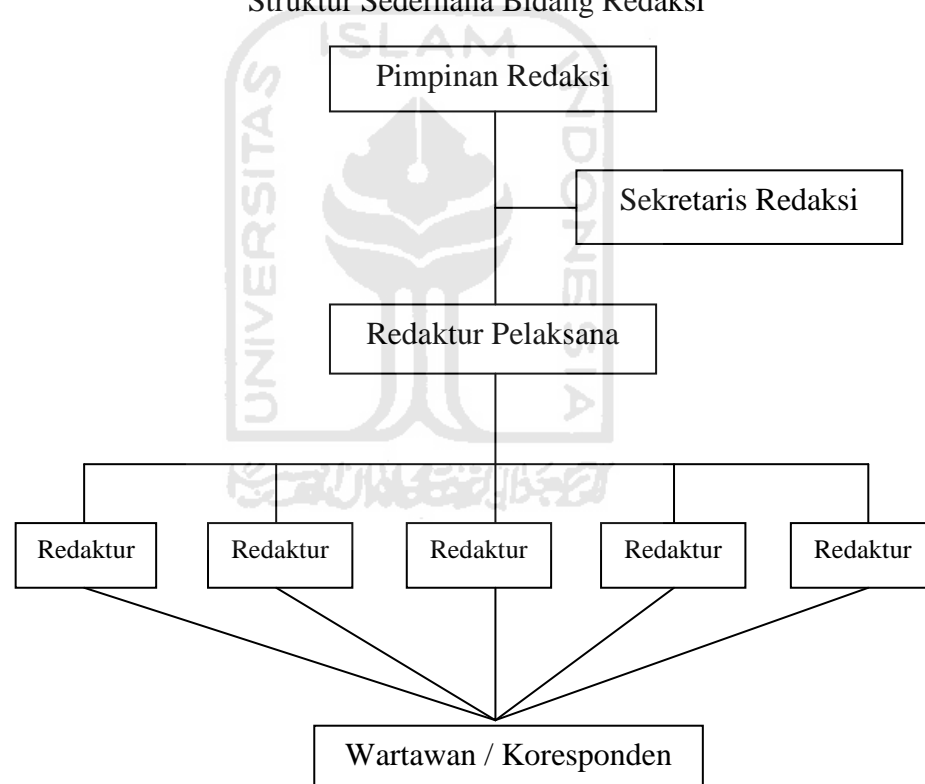
<sup>17</sup>Septiawan Santana K., Hal.188

<sup>18</sup> Totok Djuroto, "Manajemen Penerbitan Pers". (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004) Hal 19

Pemimpin redaksi mempunyai tugas utama mengendalikan kegiatan keredaksian yang meliputi beberapa macam, diantaranya adalah penyajian berita, penentuan liputan, pencarian fokus pemberitaan, penentuan topik, pemilihan berita utama. Pada intinya tugas pemimpin redaksi adalah mengatur semua kegiatan yang berhubungan dengan berita karena baik dan buruk isi dari pemberitaan tergantung pada ketajaman pemimpin dalam mencari dan memilih materi pemberitaan.<sup>19</sup>

Gambar 1. 1

Struktur Sederhana Bidang Redaksi



(Sumber : Manajemen Penerbitan Pers, Totok Djuroto, 2004, Hal 25)

Pimpinan redaksi menjadi kepala bagian editorial atau ruang pemberitaan (*news room*) bertanggung jawab atas isi redaksional media. Menerima langsung hasil kerja redaksional berbagai redaktur

<sup>19</sup>*Ibid.* Hal 19

yang dipimpinnya. Para wartawan biasanya tidak langsung berhubungannya dalam meliput kecuali bila menyangkut pemberitaan yang krusial, menyangkut persoalan yang berat dan mendesak.<sup>20</sup>

Pemimpin redaksi merupakan jabatan yang tertinggi dalam sebuah industri pers, jabatan pemimpin redaksi tidak ubahnya seperti jabatan lain. Meskipun memiliki kekuasaan yang paling tinggi, tetapi itu hanya berlaku sebatas divisi redaksional saja, dan dapat diartikan tidak mempunyai wewenang pada divisi lain diluar redaksional.

Dalam struktur organisasi redaksional juga terdapat sekretaris redaksi. Tugas sekretaris redaksi adalah membantu pemimpin redaksi dalam administrasi keredaksian, seperti menerima atau surat-surat yang menyangkut tentang keredaksian. Sekretaris juga membantu wartawan dilapangan dalam menulis surat ijin liputan.

Selain dibantu oleh sekretaris, pimpinan redaksi juga dibantu oleh redaktur pelaksana. Redaktur pelaksana merupakan penanggung jawab utama seluruh pelaksanaan pencarian berita (*news gathering*). Menjadi sosok yang selalu hadir diruang pemberitaan. Setiap redaktur (editor yang dibawahinya) dan wartawan akan berhubungan dengannya. Redaktur pelaksana bertugas memutuskan berbagai berita utama harus ditempatkan dihalaman mana, melakukan rapat-rapat yang membahas biaya (*budget*) ruang pemberitaan. Membuat berbagai kebijakan redaksi berdasar hasil konsultasi dengan pimpinan redaksi.<sup>21</sup>

Tugas sehari-hari redaktur pelaksana mengatur pelaksanaan tugas sesuai dengan yang telah digariskan oleh pemimpin redaksi. Redaktur pelaksana membawahi redaktur halaman atau yang biasa disebut dengan editor, dan bertanggung jawab langsung kepada pemimpin redaksi.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup>Septiawan Santana K, Hal 191

<sup>21</sup>*Ibid.* Hal 191

<sup>22</sup>Totok Djuroto, Hal 20

Dibawah redaktur pelaksana masih terdapat redaktur yang juga bisa disebut dengan *editor*. Redaktur bertanggung jawab terhadap isi halaman surat kabar. Tugas redaktur adalah menerima berita dari wartawan atau pun sumber lain yang terpercaya kemudian diseleksi yang layak untuk diterbitkan. Ada banyak redaktur yang ada dalam industri *pers*, seperti redaktur halaman atau redaktur bidang yang bertugas terhadap isi halaman, redaktur kota yang bertugas mewadahi pemberitaan yang bersifat lokal (*local news*), redaktur opiniorang yang mendalami bidang opini, biasanya mengerjakan tajuk rencana yang mencerminkan sikap media terhadap berbagai kejadian actual masyarakat dan redaktur berita sebagai penyelia yang mengontrol *copy desk* bagian naskah yang belum dicetak dimana editing terakhir berita dikerjakan serta halaman didesain dan *headlines* ditulis.

Wartawan merupakan bagian paling bawah yang dimiliki dalam struktur organisasi pers. Meskipun diposisi paling bawah namun wartawan memiliki peran yang sangat besar terhadap kelangsungan dari sebuah perusahaan pers. *Wartawan atau reporter adalah seseorang yang bertugas, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi berita untuk disiarkan melalui media massa.*<sup>23</sup>

Wartawan juga bisa disebut sebagai ujung tombak dari perusahaan. Mereka orang yang mensuplai bahan berita setiap hari untuk diproduksi menjadi berita. Dalam pekerjaannya wartawan bisa dibagi menjadi tiga bagian, antara lain wartawan tetap merupakan wartawan yang menjadi karyawan tetap. Kemudian ada wartawan pembantu yang juga disebut dengan honorer karena tidak menjadi karyawan tetap. Terakhir adalah wartawan lepas karena mereka tidak terikat pada suatu perusahaan media massa, mereka bebas mengirimkan berita ke media massa manapun.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup>*Ibid*, Hal 22

<sup>24</sup>*Ibid*, Hal 22-23

Bagian redaksional merupakan bagian yang mengurus segala macam tentang pemberitaan. Pada bagian redaksional inilah berita akan dihasilkan. Proses pembuatan berita sendiri akan melalui beberapa tahapan, sesuai dengan yang dijelaskan oleh Septiawan Santana K dalam sebuah tabel di bawah ini :

**Tabel 1.1**  
**Alur Naskah Berita**

Petugas	Tindakan
Wartawan ↓	Mencari dan mengumpulkan fakta-fakta, memverifikasi akurasi, mengajukannya kepada redaktur.
Redaktur Kota ( <i>city redaktur</i> ) ↓	Menyuting naskah, mengembalikan kepada wartawan untuk mengubah atau menambah rincian (jika perlu), menyerahkannya kepada redaktur berita.
Redaktur Berita ( <i>News Editor</i> ) ↓	Memutuskan penempatan naskah tersebut di surat kabar, menyerahkan kepada kepala <i>copy desk</i> .
Kepala bagian naskah ( <i>copy desk chief</i> ) ↓	Menyiapkan halaman <i>dummy</i> (contoh) dengan ukuran panjang naskah, susunan, dan ukuran judulnya, lalu menyerahkan kepada <i>copy editor</i> (redaktur naskah)
Redaktur naskah ( <i>copy editor</i> ) ↓	Memperbaiki penulisan, mengecek detail yang belum ada atau tidak akurat serta membuat judul beritanya, mengembalikan kepada kepala <i>copy desk</i> untuk pengecekan terakhir.
Kepala bagian naskah	Memeriksa naskah tersebut kembali, apa perlu dirampingkan lagi, dan apa judulnya sudah tepat. Mengirim naskah tersebut ke bagian penyetingan ( <i>type-setting machine</i> )

(Sumber : Jurnalisme Kontemporer, Septiawan Santana K, 2005, Hal 193)

Dalam sebuah industri pers, strategi sangat dibutuhkan dalam melakukan aktivitas produksi. Strategi manajemen yang baik akan membuat perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan pers lain yang pada akhirnya mampu menjaring konsumen yang berdampak pada pendapatan yang diperoleh. Strategi manajemen redaksional terdiri beberapa tahapan yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain karena saling berhubungan. Seperti yang dikutip dalam Conrad C. Fink, strategi dalam pelaksanaan manajemen redaksional dapat dibagi menjadi beberapa tahapan seperti, *research in the newsroom*, *planning in the newsroom*, *how to manage the newsroom's resource*, dan *evaluating-controlling in the newsroom*.<sup>25</sup>

Pertama adalah kegiatan riset terhadap media (*research in the newsroom*) merupakan kegiatan riset yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui kelebihan maupun kekurangan dalam melakukan aktivitas proses produksi yang nantinya akan digunakan untuk melakukan perbaikan dan pengembangan. Kegiatan ini meliputi riset tentang pembaca, riset mengenai keadaan geografi daerah pemasaran, maupun riset mengenai rubrik-rubrik yang ada terhadap pembaca. Dengan mengetahui keadaan pembaca yang ada diharapkan perusahaan dapat memberikan informasi berita yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Strategi yang kedua adalah perencanaan redaksi (*planning in the newsroom*) merupakan kegiatan merencanakan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan pemberitaan, seperti perencanaan pemberitaan secara bulanan maupun harian, perencanaan *budgeting* yang berhubungan dengan operasional produksi. Kegiatan perencanaan juga meliputi mengenai perencanaan pengorganisasian sumber daya manusia. Perencanaan pengorganisasian penting dilakukan perusahaan agar tidak terjadi penumpukan atau pun kekurangan staff dalam

---

<sup>25</sup>Conrad C. Fink, Hal 198-215

melakukan proses produksi. Proses perencanaan merupakan tanggung jawab utama dari seorang pimpinan redaksional sebagai pimpinan yang membawahi divisi pemberitaan.

Strategi yang ketiga adalah bagaimana mengatur sumber daya yang dimiliki (*how to manage the newsroom's resource*). Sumber daya yang dimaksud dalam hal ini adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menunjang aktivitas produksi, yang terdiri dari sumber daya manusia dan sumber daya lainnya seperti peralatan yang dimiliki oleh perusahaan. Sumber daya manusia berkaitan dengan pengorganisasian staff yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan perusahaan, pelatihan, dan pengembangan karir. Dalam media online biasanya tidak membutuhkan sumber daya manusia seperti yang ada pada media cetak yang membutuhkan banyak tenaga kerja. Sumber daya lainnya seperti peralatan yang dimiliki dalam menunjang proses produksi. Peralatan menjadi faktor yang penting dalam membantu proses produksi, dalam media online peralatan dipakai terbilang sangat sederhana, seperti alat komunikasi dan perangkat komputer yang terhubung dengan internet.

Strategi yang keempat adalah proses evaluasi dan pengawasan (*evaluating-controlling in the newsroom*). Proses evaluasi dan pengawasan merupakan tahapan untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan dengan melakukan pengawasan terhadap kinerja, pemberian motivasi terhadap karyawan maupun pemberian teguran jika ada kesalahan agar segera ada perbaikan.

Dalam penerapan strategi manajemen redaksional merupakan tanggung jawab utama seorang pemimpin. Pemimpin diharapkan mampu dalam mengolah semua aset yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang menguntungkan perusahaan. Pemimpin redaksional biasanya adalah orang yang berpengalaman dan telah lama berkecimpung dalam dunia pers.



## **b. Perkembangan Media Online di Indonesia**

### **1) Sejarah Pergeseran Media Cetak ke Online**

Media cetak merupakan media yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai media yang mampu menyediakan informasi teraktual tentang apa yang sedang terjadi, selain itu masyarakat juga ingin mendapatkan hiburan maupun pengetahuan dari media cetak. Media cetak sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media cetak dalam masyarakat sangatlah penting. Dengan adanya media cetak, masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab dapat menjadi masyarakat yang beradab. Hal itu disebabkan, oleh karena media cetak mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang membaca tidak hanya orang-perorang tapi sudah mencakup jumlah puluhan, ratusan, bahkan ribuan pembaca, sehingga pengaruh media cetak akan sangat terlihat di permukaan masyarakat.

Media cetak adalah alat komunikasi untuk masyarakat yang dibuat dengan percetakan atau mencetaknya lebih dahulu.<sup>26</sup> Jadi media cetak merupakan sebuah alat komunikasi yang berbentuk cetak yang berisikan informasi, pendidikan, maupun hiburan kepada masyarakat. Media cetak memiliki beberapa produk yang dihasilkannya, seperti surat kabar, majalah, tabloid, bulletin dan buku.

Di Indonesia sendiri media cetak sudah ada sejak masa penjajahan oleh pemerintahan Belanda, media cetak mempunyai peran penting terhadap kemerdekaan Indonesia. Setelah kemerdekaan Indonesia tepatnya pada saat pemerintahan presiden Soeharto, banyak terjadi pembredelan media cetak. Titik kebebasan pers sendiri muncul pada saat pemerintahan presiden

---

<sup>26</sup> Totok Djuroto,. *Manajemen Penerbitan Pers*. (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya, 2000)Hal:11

Habibie yang menggantikan pemerintahan Soeharto, ketika itu bermunculan media massa khususnya media cetak. Menurut Serikat Penerbit Surat Kabar, jumlah surat kabar melonjak dengan pesat dari sekitar 260 menjadi lebih dari 700. Kehidupan media cetak memang ditentukan oleh kondisi dimana ia hidup, yaitu sistem politik, sistem kekuasaan, serta kultur kekuasaan. Tiap presiden mempunyai aroma kekuasaan tertentu, fase Soekarno dengan orde lama dan Soeharto dengan orde barunya. Setiap perubahan sistem politik akan merubah sistem pers, sekaligus dan serentak sesuai yang dikehendaki kekuasaan.<sup>27</sup>

Pada awal abad 20 kemajuan teknologi mulai membawa dampak pada industri media cetak. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membawa kemunculan media massa baru, yang merupakan gabungan antara teknologi informasi baru dengan teknologi komunikasi yang masih tradisional. Teknologi baru tersebut memanfaatkan komputer yang terhubung dengan jaringan internet, Teknologi internet membawa perubahan besar terhadap sistem cetak dengan menggantikannya dengan sistem online. Perubahan sistem media dari sistem cetak menjadi sistem online juga biasa disebut dengan konvergensi media. Konvergensi media tidak hanya sekedar menyampaikan informasi saja tetapi juga memberi pilihan kepada khalayak untuk memilih jenis informasi sesuai dengan apa yang diinginkannya. Selain alasan tersebut pada waktu itu juga terjadi krisis keuangan global dan sistem kapitalisme yang menyebabkan banyak perusahaan media cetak gulung tikar. Keruntuhan media cetak bukan hanya dari faktor krisis global saja melainkan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satunya adalah faktor demografi. Generasi sekarang yang tumbuh seiring perkembangan pesat internet,

---

<sup>27</sup>Santana K, Septiawan. Hal.45

memiliki kecenderungan tidak melakukan apa yang dilakukan orang tua mereka. Generasi sekarang punya gaya hidup baru, termasuk di antaranya tidak membaca media cetak. Pada generasi tua, media cetak khususnya surat kabar adalah teman minum kopi di pagi hari. Tapi bagi generasi yang tumbuh di era digital, membaca media online lebih enak dilakukan sambil bertemu teman di situs jejaring sosial, seperti facebook, twitter, dan lain-lain. Selain alasan diatas, orang lebih memilih media online karena beritanya mudah diakses.

Di Indonesia media online kebanyakan lahir pada saat jatuhnya presiden Soeharto tahun 1998, dimana *breaking news* menjadi sesuatu yang sangat diburu oleh masyarakat pada saat itu. Situs berita *Detik.com*([www.detik.com](http://www.detik.com)) oleh banyak orang dinilai sebagai pelopor praktik pers *online* di Indonesia. Sejak pertama kali di-*online*-kan tanggal 9 Juli 1998, *Detik.com* bukan saja hanya menggunakan format penerbitannya dalam bentuk halaman-halaman web saja—tanpa versi cetak, namun juga memang sejak awal dirancang dengan mengakomodasi dan memanfaatkan kecanggihan, kemudahan, dan keleluasaan yang menjadi karakter teknologi web. Kesuksesan *Detik.com* mendorong situs berita dengan format sejenis bermunculan, seperti *Astaga.com*, *Satunet.com*, *Lippostar.com*, dan *Kompas Cyber Media (KCM)* yang merupakan perkembangan lebih lanjut dari *Kompas.com*. Beberapa situs berita tersebut masih bertahan sampai saat ini, namun sebagian mengalami kerugian sehingga tutup atau bermetamorfosis ke dalam bentuk situs lain di luar kategori situs berita. *Astaga.com* dan *Satunet.com* kini sudah berganti format, sementara *Detik.com*, *TempoInteraktif*, dan *Kompas Cyber Media (KCM)* masih tetap eksis.

Awalnya banyak yang meragukan kemampuan internet menyingkirkan media cetak, apalagi radio dan televisi karena sifat internet yang tidak praktis dan mahal. Kenyataannya, asumsi bahwa internet tidak praktis hanya bertahan beberapa tahun. Sejak tahun 2006, masyarakat di Indonesia sudah bisa menikmati layanan audio-visual yang lebih canggih dengan teknologi generasi ketiga (3G). Ada juga pilihan koneksi internet ke aplikasi seluler dengan sistem UMTS, WiFi, dan WiMax. Pada babakan inilah apa yang disebut konvergensi media akan mencapai titik maksimal. Lewat segenggam *handset*, orang di berbagai penjuru dunia bisa mengakses informasi secara cepat dan lengkap sesuai kebutuhan. Komunitas pers menjadi pihak pertama yang memanfaatkan teknologi ini dengan menampilkan informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan visual<sup>28</sup>.

Lahirnya media online di Indonesia tidak lepas dari *booming* media online yang ada diluar negeri. Disisi lain orang melirik media online dikarenakan adanya kejenuhan terhadap pasar media cetak. Maka orang melihat media online berpeluang dan belum jenuh dan juga untuk investasinya yang lebih muah. Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Didalamnya terdapat portal, website, radio-online, tv online, pers online, mail online dll dengan karakteristik masing masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkanya.

Media online merupakan media massa yang hanya terdapat pada internet, media online juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik didalam sistem kerjanya. Dibandingkan dengan media biasa, sejumlah kekhasan media online yang mewarnai perkembangan pers antara lain adalah penyajian yang real time

---

<sup>28</sup>*Ibid*

seperti halnya radio dan sebagian televisi. Setiap berita bisa komprehensif dengan disambungkan ke bank data, jangkauan global dalam waktu yang sama, dan terdokumentasikan.

## 2) Karakteristik Media Online

J. Pavlik menyebut jurnalisme *online* sebagai “contextualized journalism” yang mengintegrasikan tiga model komunikasi, yaitu kemampuan multimedia berdasarkan platform digital, kualitas-kualitas interaktif komunikasi *online*, dan fitur-fitur yang dapat ditata dengan berbagai variasi (*customizable features*). Dalam kaitan ini, Rafaeli dan Newhagen mengidentifikasi lima perbedaan utama yang ada di antara jurnalisme *online* dan media massa tradisional: (1) kemampuan internet untuk mengombinasikan sejumlah media. (2) kurangnya tirani penulis atas pembaca. (3) tidak seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak. (4) internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung. dan (5) interaktifitas web.<sup>29</sup> Dengan berbagai ciri yang melekat pada jurnalisme *online* di atas, maka dapat dikatakan bahwa secara nyata terdapat perbedaan yang cukup mencolok pada jurnalisme *online* dibanding media konvensional. Dengan demikian, kelebihan dari internet sebagai media komunikasi adalah kemampuannya dalam mengubah alur komunikasi yang searah menjadi dua arah. Sifat interaktif inilah yang menyebabkan internet menjadi media yang memperlebar ruang-ruang demokrasi, sebab masyarakat tak lagi sekadar objek pemberitaan tetapi juga bisa jadi subjek.

Pesatnya penggunaan internet berpengaruh secara meluas tidak hanya pada bidang teknologi, tetapi juga pada aspek sosial, politik, ekonomi-budaya, termasuk media massa. Dengan adanya internet, terjadi pemekaran (konvergensi) dari jenis-jenis media

---

<sup>29</sup>Santana K, Septiawan,. Hal.137

yang sudah ada sebelumnya. Perkembangan teknologi media yang cepat dengan kemampuan konvergensinya, secara perlahan tapi pasti akan berdampak pada sistem kerja media massa, terutama praktik jurnalistik. Meskipun prinsip-prinsip yang berkaitan dengan etika dasar tetap dipertahankan sesuai nilai universal jurnalisme: akurat, objektif, fair, seimbang, dan tidak memihak, namun dalam praktiknya, kehadiran jurnalisme *online* yang difasilitasi internet sedikit banyak mereduksi teknik-teknik jurnalisme konvensional yang selama ini berlaku. Perubahan itu tampak dari peran jurnalis, fungsi *gatekeeper*, karakteristik medium, hingga perilaku audiensnya.

Beberapa formula dalam pemberitaan jurnalisme *online* yang berbeda dengan media konvensional antara lain: *Pertama*, berita cepat tayang dan bahkan *real time* karena internet mampu memperpendek jarak antara peristiwa dan berita. Pada saat peristiwa berlangsung, beritanya bisa dipublikasikan secara luas. *Kedua*, berita ditayangkan kapan saja, dari mana saja, tanpa memperhitungkan luas halaman dan durasi, karena internet memang tidak memiliki problem ruang dan waktu dalam mempublikasikan informasi. *Ketiga*, berita diformat dalam bentuk singkat dan padat karena informasi terus mengalir dan berubah sewaktu-waktu. Namun kelengkapan informasi tetap terjaga karena antara berita yang satu dengan berita yang lain bisa dikaitkan (*linkage*) hanya dengan satu klik. *Keempat*, untuk menjaga kepercayaan pembaca, ralat, *update*, dan koreksi dilakukan secara periodik dan konsisten.

### c. Surat Kabar Lokal di Indonesia

Surat kabar atau koran dalam situs Wikipedia adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa

even politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, cuaca<sup>30</sup>. Jenis surat kabar umum biasanya diterbitkan setiap hari, kecuali pada hari-hari libur.

Menurut Sumadiria dalam bukunya *jurnalistik Indonesia*, pengertian media cetak lokal adalah media yang hanya beredar di sebuah kota dan sekitarnya. Salah satu ciri media lokal adalah 80% isinya didominasi oleh berita laporan tulisan dan sajian gambar bernuansa lokal. Media lokal pun memiliki ambisi tersendiri yaitu menjadi seorang raja di kota sendiri.<sup>31</sup> Sedangkan menurut Djuroto, surat kabar daerah adalah surat kabar yang beredar pada lingkungan atau wilayah suatu kota.<sup>32</sup> Media pers lokal merupakan pers dengan sirkulasi oplah dan orientasi isi lokal dapat hadir bersamaan dengan terbentuknya entitas lokal pada basis kota atau kabupaten. Jadi surat kabar lokal adalah surat kabar yang berasal dan hanya beredar di suatu wilayah kota tertentu dan berisikan tentang informasi yang berasal dari daerah tersebut.

Kebebasan pers yang mulai berlaku sejak tahun 1998 atau lebih tepatnya saat pemerintahan Orde Baru runtuh, Peristiwa tersebut merupakan perubahan yang sangat penting dalam hal demokrasi. Sejak saat itu diterapkan kebijakan otonomi daerah oleh pemerintah pusat yang secara tidak langsung membawa perubahan yang positif terhadap perkembangan pers lokal. Izin penerbitan pers yang mudah membuat beragam jenis media massa cetak seperti surat kabar baik lokal maupun nasional, tabloid, dan majalah bermunculan dengan berbagai macam tema. Surat kabar lokal banyak bermunculan saat itu seperti jamur yang tumbuh saat musim hujan.

---

<sup>30</sup> *Koran*” <http://id.wikipedia.org/wiki/Koran> (diakses 14 nov 2011)

<sup>31</sup> AS Haris Sumandiria *Jurnalistik Indonesia* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006) Hal.30

<sup>32</sup> Djuroto, Totok., *Op. Cit.* Hal.31

Kondisi masyarakat yang beraneka ragam, media lokal lahir dengan mengusung keberanekaragaman pula. Kehadiran surat kabar lokal dapat dijadikan sebuah indikator dari dinamika kehidupan lokal karena berbagai kegiatan institusi sosial dalam kehidupan publik akan muncul didalam media lokal. Koran lokal kehadirannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat lokal, surat kabar lokal dituntut mampu memberikan informasi seluas mungkin mengenai berita yang teraktual mengenai daerahnya, karena hanya dengan cara tersebut mereka bisa bertahan dari kerasnya persaingan industri surat kabar.

## **F. Metode Penelitian**

Dalam melakukan penelitian mengenai manajemen media online surat kabar lokal berbasis media cetak, peneliti menjabarkan metode penelitian kedalam tahapan-tahapan penelitian dari awal hingga akhir, tahapan-tahapan tersebut diantaranya :

### **1. Paradigma dan Tipe Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menganutparadigma konstruktivisme, yaitu penelitian yang menjelaskan realitas dengan apa adanya tanpa ada yang diubah. Peneliti mencoba untuk menganalisis dan menuliskan sesuai dengan apa yang dilihat melalui observasi,wawancara dan dokumen-dokumen yang diperoleh.<sup>33</sup>

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif yaitu memaparkan dan menggambarkan satu persatu dari apa yang diteliti.Dengan demikian peneliti mengungkapkan apa yang dilihat,dialamidengan lebih detail dan lebih mendalam bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat individu,kejadian,gejala atau kelompok tertentu atau untuk menentukan frekwensi atau penyebaran suatu gejala yang ada hubungan tertentu antara suatu gejala dimasyarakat tersebut.

---

<sup>33</sup> Agus Salim. *Teory dan Paradigma Penelitian Sosial*. (Yogyakarta : Tiara Wacana.2006).Hal : 89



Pelaksanaan metode deskriptif ini tidak terbatas hanya pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisa dan interpretasi data. Ciri metode deskriptif ini antara lain, memuaskan diri pada pemecahan masalah masalah yang ada sekarang dan aktual lalu. Lalu data yang dikumpulkan mula mula disusun, dijelaskan, dan kemudian dianalisis. Adanya deskriptif suatu fenomena sosial tertentu secara terinci memberikan gambaran secermat mungkin mengenai keadaan, masalah, fenomena, dan analisis fenomena tersebut.<sup>34</sup>

## 2. Waktu dan Lokasi

Penelitian ini akan dilakukan di surat kabar harian *Solopos* dan *Kedaulatan Rakyat*. Alasan memilih lokasi tersebut karena kedua harian tersebut sama-sama memiliki versi online, selain itu keduanya berasal dari kota yang berbeda dan menjadi surat kabar yang terkemuka dikota Solo untuk harian *Solopos* dan kota Yogyakarta untuk *Kedaulatan Rakyat*.

Didalam kegiatan pengumpulan data akan dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih satu hingga dua bulan. Lamanya proses pengumpulan data bergantung kepada kapan data yang dibutuhkan peneliti mampu terkumpul.

## 3. Narasumber Penelitian

Dalam pemilihan narasumber peneliti menggunakan model *purpose sampling*, yakni memilih narasumber yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.<sup>35</sup> Dengan teknik *purposive sampling* peneliti mengambil orang orang yang terpilih betul dengan cermat menurut ciri ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu hingga relevan dengan desain penelitian.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Koentjaraningrat,. “*Metode-Metode Penelitian Masyarakat*”. (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1991)Hal. 29.

<sup>35</sup>Ulber Silalahi,,” *Metode Penelitian Sosial*”.(Bandung : Refika Aditama, 2009)Hal 272.

<sup>36</sup> Ida Bagoes Matra,. “*Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*”. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar.2004). Hal:121

Narasumber dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 1. 1  
Narasumber Penelitian *solopos.com*

No	Nama	Jabatan
1	R Bambang Aris	Redaktur Online <i>solopos.com</i>
2	Arif Fajar S	Pengelola halaman/ Reporter
3	Is Ariyanto	Uploader
4	Budi Cahyono	Web Programmer

Tabel 1. 2  
Narasumber Penelitian *krjogja.com*

No	Nama	Jabatan
1	Widyo Prayogi	Pimpinan Redaktur <i>krjogja.com</i>
2	Ivan Aditya	Redaktur
3	Danar Widyanto	Redaktur

Peneliti menggunakan narasumber tersebut dikarenakan narasumber dirasa memiliki pengetahuan dan pengalaman yang jelas terhadap media online khususnya pada bidang redaksional.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan cara peneliti untuk memperoleh data yang cukup sehingga penelitian yang dilakukan berjalan dengan lancar. Jenis pengumpulan data dalam penelitian ini ada dua yaitu :

##### a. Data Primer

Dalam pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan cara wawancara. Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) selaku pihak yang mengajukan pertanyaan dan pihak terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>37</sup>

<sup>37</sup> Lexy J Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif* “. (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya,2007) Hal.186

Adapun jenis wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara terbuka. Dalam wawancara terbuka para narasumber dari *solopos.com* dan *krjogja.com* akan mengetahui bahwa mereka sedang diwawancarai dan menyadari pula maksud dan tujuan wawancara itu. Cara tersebut dianggap peneliti sudah sesuai dengan etika penelitian kualitatif yang menekankan keterbukaan pada proses pengumpulan data.

Selain wawancara peneliti juga melakukan observasi untuk mendukung data-data yang dikumpulkan. Observasi adalah melihat atau mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Observasi juga dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistemik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Unsur-unsur yang tampak tersebut disebut data atau informasi yang harus diamati dan dicatat secara lengkap.<sup>38</sup>

Sementara itu jenis pengamatan yang akan dilakukan peneliti adalah pengamatan sebagai pemeran serta. Maksudnya peneliti diketahui secara umum oleh pihak narasumber dari *solopos.com* dan *krjogja.com* sebagai pengamat. Pengamatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh segala macam informasi termasuk yang bersifat rahasia sekalipun.<sup>39</sup>

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer. Data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh dari buku, situs internet, brosur, dan sumber data lain yang mendukung.

---

<sup>38</sup> H . Hadari Nawawi, dan Martini Hadari H.M, "*Instrumen Penelitian Bidang Sosial*". (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1989). Hal 74

<sup>39</sup>*Ibid.*, Hal. 177.

## 5. Kategorisasi Data

Kategorisasi data digunakan untuk mempermudah peneliti dalam memilah hasil temuan dari proses pengumpulan data. Kategorisasi data berguna untuk memilah informasi dari narasumber kedalam pokok bahasan tertentu.

Hasil temuan yang diperoleh dari lapangan kemudian dikategorisasikan kedalam tiga kategori. Kategori *pertama* adalah Mengetahui bagaimana proses manajemen redaksional *solopos.com* dan *krjogja.com*. Kategorisasi ini penting untuk mengetahui pelaksanaannya manajemen redaksional online serta strategi yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan media dalam hal ini adalah *Kedaulatan Rakyat* dan *Solopos*.

Kategorisasi *kedua* adalah mengetahui bagaimana proses pemberitaan. Berguna untuk mengetahui bagaimana berita diproduksi mulai dari tahap pengumpulan materi berita dilapangan, penulisan berita, pengeditan berita sampai pada penyajian berita.

Kategorisasi *ketiga* adalah Persamaan dan perbedaan yang ditemui di dalam *solopos.com* dan *krjogja.com*. Membandingkan hasil temuan dilapangan antara *solopos.com* dan *krjogja.com*.

Tabel 1. 3

### Kategorisasi Data

No	Kategorisasi Data
1	Proses manajemen redaksional <i>solopos.com</i> dan <i>krjogja.com</i> .
2	Proses pemberitaan pada media online <i>solopos.com</i> dan <i>krjogja.com</i>
3	Persamaan dan perbedaan yang ditemui di dalam redaksional <i>solopos.com</i> dan <i>krjogja.com</i> .

## 6. Analisis Data

Teknik analisa data digunakan untuk menganalisis dan memberikan kesimpulan terhadap data yang diperoleh peneliti dalam penelitiannya. Teknik analisa data yang digunakan oleh peneliti adalah model analisa interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama yaitu ; reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

### a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan tranformasi data kasar yang diperoleh di lapangan studi.<sup>40</sup>Jika dikaitkan dengan penelitian, maka reduksi data dapat dibagi menjadi beberapa bagian : *Pertama*, proses manajemen redaksional *solopos.com* dan *krjogja.com*.*Kedua*, proses pemberitaan pada media online *solopos.com* dan *krjogja.com*.*Ketiga* adalah untuk mengetahui persamaan dan perbedaan yang ditemui di dalam redaksional *solopos.com* dan *krjogja.com*.

### b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah mendeskripsikan kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.<sup>41</sup>Proses ini berupa menampilkan data-data yang akan diolah setelah didapat dari temuan-temuan yang ada dilapangan yaitu *solopos.com* dan *krjogja.com*.

### c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*).

Dari permulaan pengumpulan data, periset kualitatif mencari makna dari setiap datanya yang diperoleh dilapangan, mencatat keteraturan atau pola penjelasan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kausalitas, dan proposisi. Periset yang berkompeten akan

---

<sup>40</sup>Agus Salim, *Teori dan Paradigma Penelitian sosial* (Jogjakarta : Tiara Wacana, 2006), Hal. 22

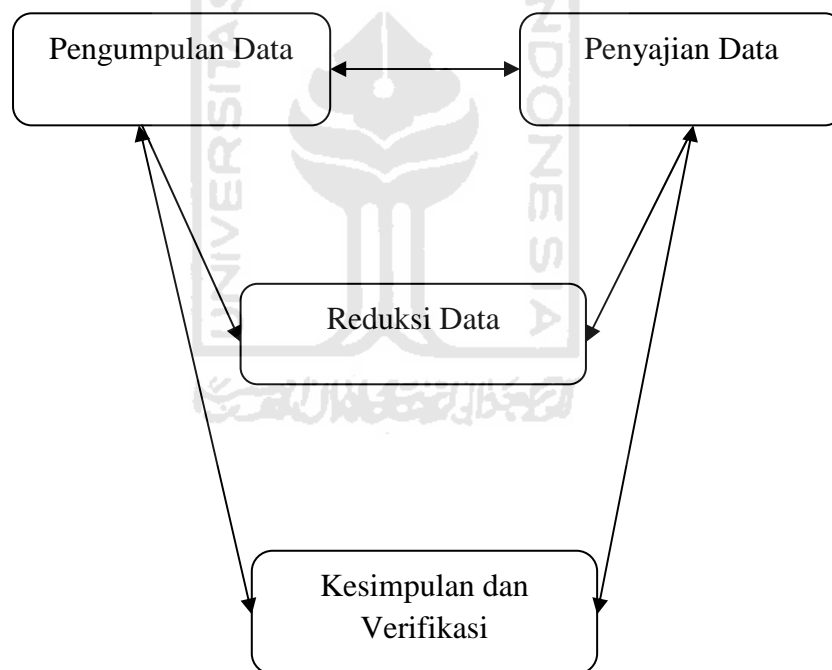
<sup>41</sup>*Ibid*

menangani kesimpulan-kesimpulan itu secara longgar, tetap terbuka dan skeptik, tetapi kesimpulan telah disediakan. Selama penelitian masih berlangsung, setiap kesimpulan yang ditetapkan akan terus menerus diverifikasi sehingga benar-benar diperoleh konklusi yang valid dan kokoh.<sup>42</sup>

Data-data yang ditemukan di *solopos.com* dan *krjogja.com* kemudian diolah dengan cara menarik kesimpulan untuk dijadikan dari hasil terakhir dari penelitian.

Gambar 1. 2

Komponen Analisa Data Model Interaktif  
( *interactive Model* )



(Sumber : Teori dan Paradigma penelitian Sosial, Agus Salim, 2006, Hal2)

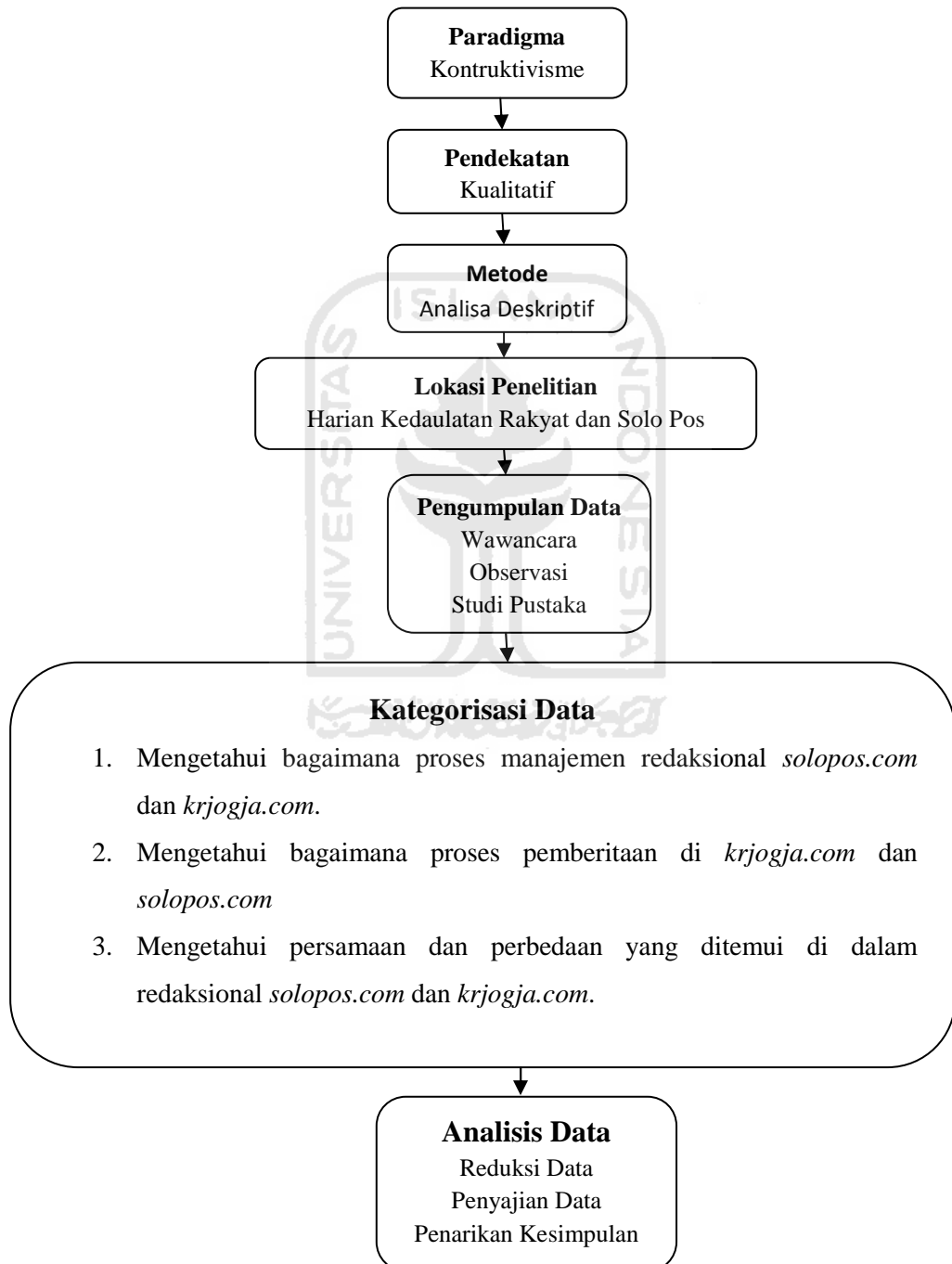
---

<sup>42</sup>*Ibid* , Hal 23

## 7. Kerangka Kerja Penelitian

Gambar 1. 3

Kerangka Kerja Penelitian



## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini, akan dibahas tentang gambaran umum media *online solopos.com* dan *krjogja.com* sebagai objek penelitian. Gambaran umum kedua objek penelitian tersebut mencakup sejarah berdiri, visi misi, struktur organisasi dan susunan organisasi. Adapun penjabaran gambaran umum kedua objek penelitian tersebut sebagai berikut:

#### A. Media Online *solopos.com*

##### 1. Profil *solopos.com*

Sejarah *solopos.com* tidak terlepas dari induknya yaitu surat kabar *Solopos* yang mulai terbit sejak tahun 1997. *Solopos* selanjutnya berkembang menjadi sebuah kelompok usaha media yang sinergis dan saling menunjang. Usaha-usaha yang dikembangkan selanjutnya adalah percetakan PT Solo Grafika Utama, radio *Solopos FM*, *Harian Jogja*, serta media online yaitu *solopos.com* dan koran yang menasar segmen kelas menengah ke bawah yaitu *Koran O. solopos.com* mulai hadir pada 19 september 2007 yang bertepatan dengan ulang tahun *solopos* yang kesepuluh. Pada awalnya *solopos.com* hanya diperuntukan untuk mendampingi edisi cetak, namun seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat, *solopos* sadar bahwa industri pers masa depan akan menjadi industri pers berkaitan erat dengan internet. Kemudian *solopos.com* menjadi bagian tersendiri dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan edisi cetaknya.

*Solopos.com* memiliki kantor yang sama dengan induknya *Solopos* yang berada di Jalan Adisucipto 190 Solo. Berita-berita yang dihadirkan di dalam media *online solopos.com* diangkat dari edisi cetak harian *Solopos* yang kemudian ditampilkan di media online. Namun seiring berjalannya waktu *solopos.com* berkembang dengan membuat berita sendiri yang berbeda dengan versi cetaknya, walaupun berita yang ditampilkan masih



ada persamaan. Hal itu dikarenakan karena *solopos.com* tidak memiliki wartawan sendiri dan wartawanya pun masih menjadi satu dengan harian *solopos*.

Seperti edisi cetaknya, *solopos.com* juga mengusung visi sebagai penyaji informasi utama, terpercaya dengan pengelolaan usaha yang profesional. Serta misi membentuk sumber daya manusia yang kompeten dan bermoral. Selalu menyajikan informasi yang berimbang akurat dan unggul serta mensejahterakan *stakeholders*.

## 2. Data Media

Menurut data yang diambil dari facebook yang dimiliki oleh media online *solopos.com* dapat dipaparkan sebagai berikut :

Didirikan : Prof Dr Sukamdani S Gitosardjono

Alamat Kantor: JL. Adisucipto 190, Solo, Indonesia 57121

Keterangan : SOLOPOS.COM, adalah portal berita untuk mendampingi kehadiran Harian SOLOPOS edisi cetak. Diluncurkan pertama kali pada tanggal 19 September 2007, bersamaan dengan Hari Ulang Tahun ke-10 Harian Umum SOLOPOS oleh Presiden Komisaris PT Aksara Solopos penerbit Harian Umum SOLOPOS

Misi : Penyaji Informasi utama, terpercaya dengan pengelolaan usaha yang profesional

Produk :Media cetak, radio, Web dan percetakan

Email :redaksi@solopos.co.id ; redaksi@solopos.com

Telepon :0271 724811

Situs Web :http://www.solopos.com/

(Sumber : <http://id-id.facebook.com/soloposcom> diakses 7 Januari 2012 jam 13.00 WIB)

## 3. Gambaran Bagian Redaksional *solopos.com*

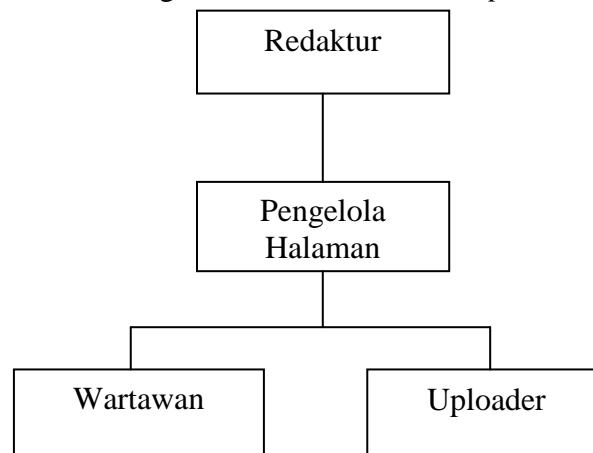
Redaksional *solopos.com* masih menjadi satu bagian dengan redaksional harian *Solopos* yang berarti pimpinan redaksi yang dimiliki

sama dengan yang dimiliki oleh versi cetaknya. Namun dalam menjalankan kegiatan keredaksian *solopos.com* dipimpin oleh seorang redatur yang dalam struktur organisasi redaksional *Solopos* hanya sejajar dengan redaktur kota.

Bagian redaksional dari *solopos.com* masih menjadi satu dengan induknya yaitu harian cetak *Solopos*, seperti pimpinan redaksi, wakil pimpinan redaksi, dan redaksi pelaksana masih ikut dengan harian cetak *Solopos*. Walaupun begitu *solopos.com* juga memiliki sistim organisasi sendiri dalam menjalankan kegiatan sehari-hari dalam produksi berita. *solopos.com* dipimpin seorang redaktur yang dalam harian cetak *Solopos* setara dengan redaktur kota yang posisi secara struktural berada dibawah redaktur pelaksana. *solopos.com* hanya memiliki beberapa SDM yang terdiri dari dua orang sebagai redaktur, satu orang sebagai pengolah halaman, satu orang sebagai uploader, dan satu orang sebagai web programmer. Redaktur bertanggung jawab atas semua konten atau isi pemberitaan yang termuat di media online, menjadi komando dan otoritas yang membawahi media online *solopos.com*. Redaktur bertugas menjadi editing berita aktual kiriman dari reporter dan tetap menjalankan fungsi kewartawanan seperti menulis berita.

Gambar 2.1

Struktur Organisasi Redaksional *solopos.com*



( Sumber : Wawancara, Bambang Aris 4 Januari 2012)

Redaktur utama *solopos.com* dipegang oleh Bambang Aris kemudian ada satu redaktur lagi yang dijabat oleh Anik Sulistyawati. Setelah redaktur terdapat pengelola halaman. Tugas pengelola halaman adalah mengumpulkan berita yang telah masuk keredaksi, mengedit berita bersama dengan redaktur sesuai dengan pembagian rubrik yang telah disepakati. Pengelola halaman ini merupakan jabatan yang unik yang dimiliki oleh media *solopos.com*, karena secara jabatan adalah seorang reporter tapi secara fungsi ia juga menjalankan fungsi sebagai seorang redaktur. Pengelola halaman juga mempunyai wewenang untuk mengkoordinasikan wartawan dilapangan dalam mencari berita. Pengelola halaman yang dijabat oleh Arif Fajar Setiadi.

Tabel 2.1

Tugas Redaktur *solopos.com*

<b>Redaktur <i>solopos.com</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memegang komando dan otoritas dalam divisi redaksional</li> <li>• Bertanggung jawab atas semua konten atau isi pemberitaan yang termuat di media online.</li> <li>• Bertugas menjadi editing berita aktual kiriman dari reporter dan menulis berita.</li> <li>• Mengkoordinasikan reporter yang ada dilapangan.</li> </ul>

Struktur organisasi lainnya adalah staf *uploader* yang bertugas untuk mengupload materi berita yang tidak perlu editing lagi, mencari foto atau ilustrasi untuk penguat isi berita dan menata data base. Staf *uploader* dijabat oleh Is Ariyanto. Dan yang terakhir adalah sebagai web programmer yang dijabat merubah oleh Budi Cahyono. Web Programmer adalah membuat web atautampilan web yang dimiliki *solopos.com*. web programmer tidak hanya menangani *solopos.com* saja melainkan juga semua web yang tergabung dalam manajemen *Solopos Group*. Web

Programerbekerja dibawah devisi EDP yang bertugas sebagai teknisi dalam *Solopos* beserta turunanya.

Tabel 2.2

## Tugas Staf Redaksional

<b>Pengelola Halaman</b>	<b>Uploader</b>	<b>Web Programmer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membantu redaktur dalam proses editing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• meng-upload materi berita yang tidak perlu editing</li> <li>• mencari foto dan ilustrasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bertanggung jawab terhadap tampilan halaman dari <i>solopos.com</i></li> </ul>

*Solopos.com* tidak mempunyai wartawan sendiri, berita yang diperoleh masih bergantung pada wartawan yang dimiliki media cetak *solopos*. Jadi wartawan harian cetak *solopos* juga merupakan wartawan media online *solopos.com*

#### 4. Rubrikasi

Media online *solopos.com* mempunyai berbagai macam rubrikasi yang mencakup semua informasi-informasi di dalamnya. Berikut adalah rubrikasi yang dimiliki *solopos.com* beserta penjelasannya<sup>43</sup>.

- a. **Terbaru** berisi berita-berita yang baru ditampilkan (*ter-update*)
- b. **Berita Pilihan** berisi berita-berita yang paling banyak dikunjungi (di klik) oleh pengakses *solopos.com*
- c. **Ekonomi Bisnis** berisi tentang berita seputar ekonomi & bisnis
- d. **Pergelaran** berisi berita seputar event acara seni dan budaya yang sedang atau akan diadakan.
- e. **Jateng-DIY** berisi tentang berita-berita seputar kota Jateng & DIY.
- f. **Jagad Jawa** berisi berita dalam bentuk bahasa jawa
- g. **Solo** berisi berita yang ada seputar kota Solo.

<sup>43</sup>R Bambang Anif, Wawancara Pada tanggal 4 Januari 2012

- h. **Wonogiri** berisi berita yang ada seputar kota Wonogiri
- i. **Sragen** berisi berita yang ada seputar kota Sragen
- j. **Karanganyar** berisi berita yang ada seputar kota Karanganyar

Gambar 2.2  
Tampilan halaman *solopos.com*



(sumber : *solopos.com* diakses pada 10 januari 2012)

- k. **Boyolali** berisi berita yang ada seputar kota Boyolali.
- l. **Sukoharjo** berisi berita yang ada seputar kota Sukoharjo.
- m. **Klaten** berisi berita yang ada seputar kota Klaten.
- n. **Olahraga** berisi tentang berita olah raga dari berbagai macam Negara.
- o. **Pendidikan** berisi tentang berita pendidikan.
- p. **Patroli** berisi berita seputar hukum dan kriminalitas.
- q. **Life Style** berisi tentang informasi mengenai gaya hidup.
- r. **Nasional** berisi berita yang terjadi di Indonesia.

- s. **Karikatur** berisi gambar karikatur yang berkaitan dengan isu yang sedang terjadi.
- t. **Internasional** berisi tentang berbagai berita manca negara.
- u. **Tentang Kami** berisi tentang struktur organisasi beserta data perusahaan *SOLOPOS (company profile)*.
- v. **Arsip** berisikan tentang berita-berita yang terdahulu yang tidak dimuat dalam halaman utama.
- w. **Buku Tamu** berisikan siapa saja maupun organisasi yang pernah melakukan kunjungan ke *SOLOPOS*.

(sumber : wawancara, R Bambang Aris, 4 Januari 2012)

## B. Media Online *krjogja.com*

### 1. Profil *krjogja.com*

*krjogja.com* merupakan koran online berasal dari Yogyakarta yang masih satu saudara dengan *Kedaulatan Rakyat*, *Minggu pagi*, *Koran Merapi*, dan *KR Radio*. *Krjogja.com* lahir pada tanggal 1 juni 2009 dengan tujuan untuk memperluas jaringan yang dimiliki oleh KR Group. *krjogja.com* memberikan warna baru dalam perindustrian pers yang khususnya berada di wilayah Yogyakarta. Keberadaan media online KR ini berawal dari pemikiran bahwa kebanyakan orang saat ini lebih banyak menghabiskan waktu di depan komputer yang terhubung dengan internet dari pada di depan tv atau membaca koran.

*krjogja.com* beralamat di JL. P.Mangkubumi no 40-46 yang masih satu kawasan dengan *Kedaulatan Rakyat*, *Minggu pagi*, *Koran Merapi*, dan *KR Radio*. Sama seperti dengan saudaranya *krjogja.com* mengutamakan berita yang berasal dari DIY dan beberapa kota yang berada di Jawa Tengah. Memang keberadaan *krjogja.com* ini awalnya diperuntukan untuk masyarakat DIY dan Jawa Tengah namun seiring dengan berjalannya waktu dapat dinikmati oleh berbagai pihak golongan masyarakat selain daerah tersebut. Dengan mengusung slogan “*Dari jogja untuk dunia*” menandakan bahwa *krjogja.com* dapat dinikmati oleh siapa

saja tidak menghususkan pada masyarakat DIY dan Jawa Tengah. Hal tersebut dapat ditandai dengan rubrik yang berisikan berita nasional dan internasional. Selain itu, *krjogja.com* mempunyai rubrik lain yang menarik seperti, kriminal, teknologi, ekonomi, pendidikan, olah raga, lifestyle, wisata dan budaya. Tidak hanya itu saja yang diberikan, *krjogja.com* juga menyediakan ruangan untuk berinteraksi seperti pada rubrik “*mbah kalam*” dan juga “*lensa publik*” yang merupakan perwujudan dari *citizen journalism*.

Seiring perkembangannya *krjogja.com* berubah menjadi media informasi *online* dengan informasi yang terus di update, dimana selalu menyajikan *breaking news* terkini, tercepat dan teraktual. Dengan tingkat kecepatan dan akurasi berita, bahkan disaat peristiwa tengah terjadi, juga integrasi yang sempurna dengan edisi cetaknya, membuat *krjogja.com* kini telah melekat dihati para *user* dalam mengakses informasi terbaru yang dibutuhkan.

## 2. Data Media

Menurut data yang diambil dari *account* facebook resmi yang dimiliki oleh media *online krjogja.com* dapat dipaparkan sebagai berikut :

Didirikan : 1 Juni 2009

Alamat Kantor: JL. P.Mangkubumi no 40-46

Misi : Dari jogja untuk dunia

Produk :Berita terkini Jogjakarta dan Jateng, Nasional, Internasional, Seni dan budaya, Pendidikan, Mbah Kalam, Lifestyle, Teknologi, Ekonomi, Olah Raga, Surat Pembaca

Email : [redaksi@krjogja.com](mailto:redaksi@krjogja.com)

Telepon : 0274-550892

Fax : 0274-550890

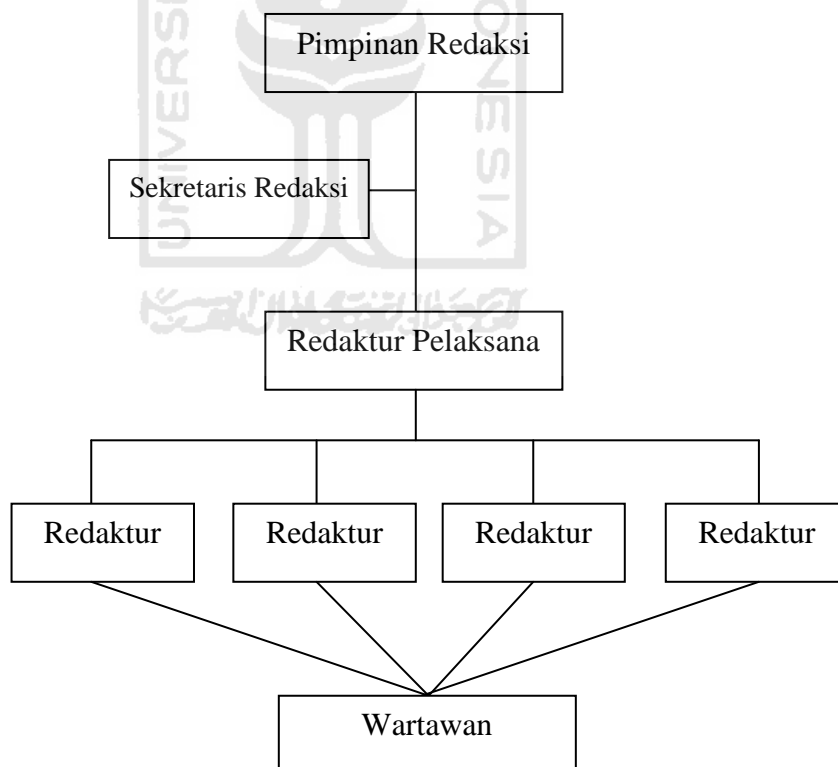
Situs Web : <http://www.krjogja.com>

(Sumber : <http://id-id.facebook.com/krjogja.com> diakses 7 Januari 2012 jam 13.00 WIB)

### 3. Gambaran Bagian Redaksi *krjogja.com*

*Krjogja.com* merupakan anak cabang yang dimiliki oleh perusahaan *KR Group*. Meskipun anak cabang, *krjogja.com* memiliki struktur organisasi sendiri dalam mengatur dan menjalankan perusahaan media. Pengelolaan manajemen media terbagi dalam sub bidang sendiri-sendiri dengan tugas dan tanggung jawab kepada pimpinan perusahaan media. Adapun sub bidang yang di dalam media *krjogja.com* meliputi bagian redaksional dan bagian bidang usaha. Redaksional merupakan sebuah divisi yang mempunyai peranan penting dalam industri pers karena pada bagian inilah akan dihasilkan berita-berita yang menjadi komoditi utama dari industri pers.

Gambar 2.3  
Struktur Organisasi Bagian Redaksional *krjogja.com*



(Sumber : wawancara, Ivan Aditya 10 Januari 2012)

Bidang redaksional dipimpin oleh seorang pimpinan redaksi yang mempunyai tanggung jawab terhadap semua pemberitaan yang ada pada



media online *krjogja.com*. Selain itu juga membuat kebijakan-kebijakan yang sejalan dengan visi misi dari perusahaan. Pimpinan redaksi di *krjogja.com* dijabat oleh Widyo Prayogi.

Tabel 2.3

## Tugas Pimpinan Redaksi

<b>Tugas Pimpinan Redaksi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun strategi dan kebijakan manajemen redaksional</li> <li>• Bertanggung jawab terhadap segala macam pemberitaan</li> <li>• Mengontrol dan mengawasi kinerja semua sub bidang yang berada dibawahnya</li> </ul>

Dibawah pemimpin redaksi ada sekretaris redaksi yang membantu pimpinan redaksi dalam hal administrasi keredaksian, seperti membuat surat perijinan untuk melaksanakan peliputan dilapangan. Sekretaris redaksi dijabat oleh Nevita Kumalasari. Setelah itu baru ada redaktur pelaksana (*managing editor*). Di *krjogja.com* hanya ada satu redaktur pelaksana, merupakan jabatan yang di bentuk untuk membantu dalam melaksanakan tugas-tugas keredaksian. Selain itu juga membawahi redaktur, jabatan ini di pegang oleh Bambang Murjoko.

Tabel 2. 4

## Tugas Staf Devisi Redaksional

Redaktur Pelaksana	Redaktur	Wartawan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melaksanakan kegiatan operasional sehari-hari</li> <li>• Bertanggung jawab pada pemimpin redaksi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menugaskan reporter liputan</li> <li>• Mengedit berita yang dikirim oleh reporter</li> <li>• Menentukan suatu berita layak diterbitkan atau tidak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liputan dilapangan (mencari berita)</li> <li>• Bertanggung jawab terhadap tulisan yang dibuatnya</li> </ul>

Jabatan selanjutnya adalah redaktur yang di pegang empat orang, Ivan Aditya, Danar Widyanto, Tomy Sudjadmiko dan Agus Sigit Cahyanto. Tugas dari redaktur adalah menugaskan reporter untuk liputan dilapangan, mengedit berita yang masuk ke email redaksi kemudian menentukan layak atau tidaknya berita tersebut untuk dimuat. Jabatan yang terakhir adalah reporter, *krjogja.com* hanya memiliki empat orang reporter saja untuk memback-up berita dari luar Jogja masih mengandalkan dari wartawan yang dimiliki oleh *KR Group*. Wartawan bertugas mengumpulkan data-data dari suatu peristiwa dilapangan kemudian diolah menjadi sebuah berita.

#### 4. Rubrikasi

Media online *krjogja.com* mempunyai berbagai macam rubrikasi yang mencakup semua informasi-informasi di dalamnya. Berikut adalah rubrikasi yang dimiliki *krjogja.com* beserta keterangannya:<sup>44</sup>

- a. **Terkin** berisi berita yang paling terbaru
- b. **Berita utama** berisi berita yang sedang ramai diperbincangkan (*headline news*)
- c. **Terpopuler** berisi berita yang berhubungan dengan tren yang sedang terjadi
- d. **DIY** berisi berita-berita yang memuat khusus mengenai peristiwa yang terjadi di DIY. Untuk DIY masih dibagi lagi menjadi beberapa kota seperti Kota Yogya, Bantul, Sleman, Kulon Progo dan Gunung Kidul.
- e. **Sorotan** berisi tentang tulisan yang menyoroti situasi terkini.
- f. **Jawa Tengah** berisi berita-berita yang memuat khusus mengenai peristiwa yang terjadi di Jawa Tengah. Untuk Jawa Tengah masih dibagi lagi menjadi beberapa kota seperti Solo, Pantura, Kedu Utara, Kede Selatan, Banyumas, dan Semarang.

---

<sup>44</sup>Widyo Surayogi, a wawancara pada tanggal 26 Desember 2011

Gambar 2.4  
Tampilan Halaman *krjogja.com*



(sumber : *krjogja.com*, diakses 10 januari 2012)

- g. **Nasional** berisi berita yang berkaitan dengan peristiwa atau isu yang terjadi dalam skala nasional. Peristiwa atau isu yang dibahas meliputi Politik & Hukum, Kesejahteraan Sosial, dan Nusantara.
- x. **Kriminal** berisi berita seputar hukum dan kriminalitas.
- h. **Internasional** berisi berita tentang peristiwa atau isu yang sedang terjadi di dunia.
- i. **Teknologi** berisi berita seputaran teknologi
- j. **Ekonomi** Berisi tentang berita seputar ekonomi & bisnis. Ekonomi masih dibagi menjadi beberapa sub berita seperti Keuangan, Saham & Valas, Sektor Riil, Analisis, Inspirasi Bisnis, Pojok Bursa.
- k. **Pendidikan** Berisi tentang berita pendidikan dan masih dibagi lagi menjadi dua sub berita, yaitu Berita dan Profile.
- l. **Olah Raga** Berisi berita dari dunia olah raga. Olah raga dibagi menjadi beberapa sub berita antara lain Bola, Raket dan Balap.

- m. **Lifestyle** Berisi tentang informasi mengenai gaya hidup yang sedang menjadi trend. Lifestyle dibagi menjadi beberapa sub berita seperti Kesehatan, Keluarga, Seksualitas, Fashion, Selebritis, Konsultasi, Komunitas dan Hobi.
- n. **Wisata** berisi tentang informasi daerah wisata dan tips-tips tempat mengenai tempat wisata yang mungkin akan dikunjungi. Wisata masih dibagi lagi menjadi beberapa sub berita seperti Kuliner, Info Hotel dan Objek Wisata.
- o. **Budaya** berisi tentang berbagai macam informasi mengenai seni dan kebudayaan.

( Sumber : DanarWidyanto wawancara pada 26 Desember 2011)



### **BAB III**

#### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, akan dijabarkan mengenai temuan-temuan yang didapat oleh peneliti selama berada di lapangan yang kemudian dianalisis dengan teori dan pemikiran yang telah dijabarkan dalam BAB I. Dalam pembahasan ini akan mempertemukan antara temuan fakta penelitian dilapangan yang akan dianalisis menggunakan kerangka pemikiran dan teori yang peneliti anggap relevan.

#### **A. Proses Manajemen Redaksional Media Online *solopos.com* dan *kejogja.com***

Dalam prakteknya manajemen dibutuhkan perusahaan mana saja untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pengolahan manajemen yang baik akan berdampak kepada hasil yang diperoleh perusahaan. Manajemen merupakan proses memperoleh dan mengkombinasikan sumber daya manusia, keuangan, informasi dan fisik untuk mencapai tujuan utama organisasi yaitu menghasilkan suatu barang atau jasa yang diinginkan sebagian segmen masyarakat.<sup>45</sup>

Manajemen keredaksian dapat diartikan proses antar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media massa untuk mencapai tujuan atau sasaran. Jadi manajemen keredaksian adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (*pers*), individual dan masyarakat.

Proses manajemen redaksional merupakan strategi yang diterapkan dalam melakukan proses produksi. Sebelum melakukan proses produksi biasanya dimulai dengan penelitian tentang kondisi eksternal maupun internal

---

<sup>45</sup> Charles D. Pringle, Daniel F. Jennings dan Justin G. Longenecker, "*Managing Organizations : Fungtions and Behaviors*, ( Columbus, Ohio, Merrill Publishing Co, 1988. Hal 4) dalam Morrissan, M.A halaman 128.

perusahaan yang kemudian hasilnya akan digunakan untuk membuat perencanaan-perencanaan yang nantinya akan menjadi pegangan saat produksi pemberitaan berlangsung. Mengolah sumber daya yang dimiliki perusahaan penting dilakukan agar apa yang akan diproduksi sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan. Tahap akhir dari proses manajemen adalah pengawasan dan proses evaluasi. Seperti yang dikemukakan oleh Fink, strategi manajemen meliputi beberapa aspek seperti *research in the newsroom, planning in the newsroom, how to manage the newsroom's resource, dan evaluating—controlling in the newsroom.*<sup>46</sup>

### **1. Proses Manajemen Redaksional Media Online *solopos.com***

Proses manajemen redaksional merupakan strategi yang diterapkan dalam melakukan proses produksi. Sebelum melakukan proses produksi biasanya dimulai dengan penelitian tentang kondisi eksternal maupun internal perusahaan yang kemudian hasilnya akan digunakan untuk membuat perencanaan-perencanaan yang nantinya akan menjadi pegangan saat produksi pemberitaan berlangsung. Mengolah sumber daya yang dimiliki perusahaan penting dilakukan agar apa yang akan diproduksi sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan. Tahap akhir dari proses manajemen adalah pengawasan dan proses evaluasi.

#### **a. Riset Media**

Riset media digunakan untuk mengetahui keadaan yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan. Hasil riset akan digunakan oleh redaktur dalam menentukan strategi yang tepat yang akan diterapkan. Seperti yang dikutip dalam Fink :

*The marketing concept requires, of course, tight focus on meeting reader needs, hence newsroom managers at all levels must research precisely what those needs are and then plan carefully to fulfill them.*<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Conrad C. Fink, “*Strategic Newspaper Management*” (Georgia : A Simon and Schuster Company, 1996) Hal. 196-216

<sup>47</sup>*Ibid*, Hal 196

Menurut Budi Cahyono yang bertugas sebagai Web Programmer, *riset yang dilakukan adalah dengan cara mengamati jumlah pengunjung yang membuka web solopos.com.*<sup>48</sup> Dengan cara tersebut akan diketahui juga rubrik apa yang sering dibuka oleh pengunjung. Untuk mengetahui jumlah pengunjung yang mengakses *solopos.com*, statistiknya dapat dilihat dengan *google analytcs*. Situs *google analytcs* hanya bisa diakses oleh orang dalam saja, karena dalam mengakses diperlukan data-data khusus yang hanya diketahui pihak internal saja. Situs lain yang bisa diakses secara umum adalah *alexa.com*, dengan memasukkan alamat web *www.solopos.com* secara otomatis akan keluar data-data statistik mengenai jumlah pengunjung yang mengakses. Walaupun tidak seakurat dengan *google analytcs*, namun situs *alexa.com* biasanya banyak digunakan oleh para calon pengiklan untuk mengetahui berapa banyak jumlah pengunjung sebelum mengiklankan produknya.

Dalam *solopos.com* penelitian digunakan untuk mengetahui banyaknya pengunjung dan untuk mengetahui rubrik berita apa saja yang mereka suka. Selain itu penelitian juga digunakan untuk mengetahui kualitas pemberitaan yang dihasilkan. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Fink :

*you must know the geography of your market and who lives there. you must now go beyond that, into a detailed audit of reader and nonreader thinking, interest and attitudes-plus systematic research into how the newspaper as a product relates to them.*<sup>49</sup>

*Untuk mengetahui kualitas pemberitaan yang ada pada solopos.com bisa dilihat dari komentar yang ditinggalkan oleh pengunjung.*<sup>50</sup> Komentar yang ditinggalkan oleh pengunjung sangat membantu sekali pihak *solopos.com* dalam mengontrol kualitas berita yang dihasilkan. Komentar dapat digunakan untuk melakukan evaluasi agar kedepannya dapat berubah menjadi lebih baik lagi dalam memberikan

---

<sup>48</sup>Budi Cahyono, Wawancara, 4 Januari 2012

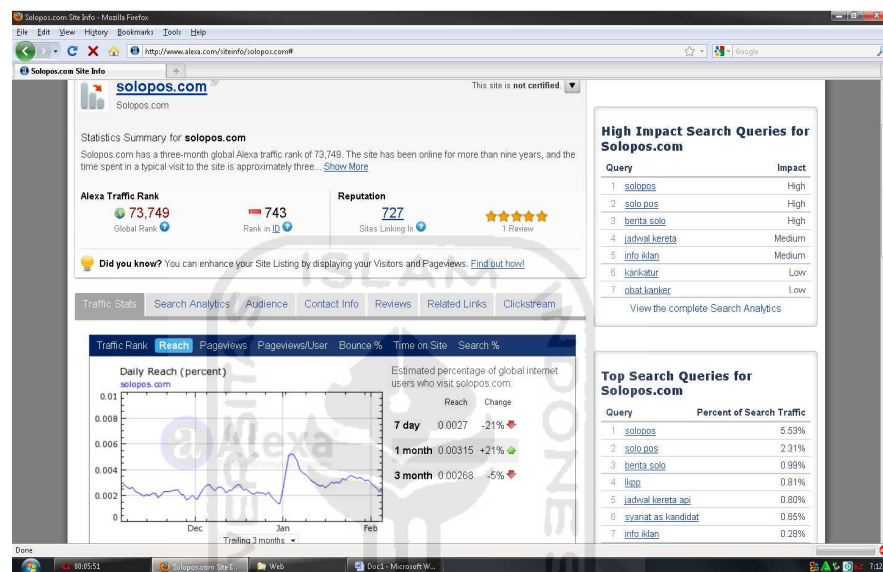
<sup>49</sup>*Ibid*, Hal 198

<sup>50</sup>Bambang Aris, Wawancara, 4 Januari 2012

informasi kepada masyarakat. Untuk penelitian yang lebih mendalam lagi *solopos.com* masih menjadi satu dengan pihak *Solopos*, penelitian ini digunakan untuk mengetahui karakteristik pembaca, keadaan geografi daerah jangkauan, untuk mengetahui rubrik berita yang disukai pembaca.

Gambar 3.1

### Statistik pengunjung *solopos.com*



(Sumber : [www.alex.com](http://www.alex.com), diakses 8 Februari 2012)

#### b. Proses Perencanaan

Perencanaan merupakan kegiatan merumuskan apa yang akan dilakukan dalam proses produksi. Perencanaan merupakan langkah awal yang dilakukan perusahaan dalam melakukan proses produksi yang mencakup kegiatan masalah pemberitaan, liputan, anggaran dan strategi yang akan digunakan dalam mencapai tujuan. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi pada waktu yang akan datang dimana perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan, serta periode sekarang pada saat rencana dibuat.<sup>51</sup>

Seperti yang pendapat dikemukakan oleh Fink :

<sup>51</sup>Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Bogor Selatan : Ghalia Indonesia, 2004)



*Newsroom planning is a multidimensional responsibility for the manager. two broad areas are most important : planning effective use of human resources and planning overall journalistic tone and the drive for quality.*<sup>52</sup>

Dalam *solopos.com* perencanaan pada ruang redaksional tidak hanya mencangkup aspek pemberitaan saja, melainkan juga merencanakan sumber daya manusia yang ada. Menurut Bambang :

*perencanaan pemberitaan akan dibahas mengenai segala macam yang berhubungan dengan pemberitaan yang akan dimuat, tampilan halaman web, lay-out, maupun gambar atau ilustrasinya. Proses perencanaan dimulai dari tahap rapat yang dilakukan oleh anggota redaksional.*<sup>53</sup>

Perencanaan pemberitaan tidak berasal dari *solopos.com* melainkan menjadi satu dengan harian *solopos*, *solopos.com* hanya mengambil berita dari bank berita (*newsroom*). Perencanaan yang dilakukan hanya sebatas pada penempatan berita dan proses layouting. Meskipun begitu rapat perencanaan yang diadakan oleh *solopos* juga dihadiri oleh redaktur *solopos.com*. Rapat perencanaan yang dilakukan adalah mengenai perencanaan pemberitaan yang akan dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan peristiwa atau isu yang sedang terjadi di lapangan. Rapat dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yang *pertama* merupakan rapat bulanan. *Dalam rapat bulanan akan dibahas mengenai perencanaan atau memproyeksikan pemberitaan selama satu bulan kedepan.*<sup>54</sup> Rapat bulanan ini sangat penting karena akan menjadi pijakan dalam melakukan kegiatan redaksi media online *solopos.com*. Rapat bulanan dilakukan pada awal bulan biasanya pada awal minggu pertama. Rapat perencanaan biasanya dilakukan oleh orang-orang yang berada di *newsroom* seperti, pimpinan redaksional, redaktur pelaksana dan redaktur-redaktur halaman termasuk juga redaktur yang menangani *solopos.com*

---

<sup>52</sup>*Ibid*, Hal 199

<sup>53</sup>Bambang Arif, Wawancara, 4 Januari 2012

<sup>54</sup>*Ibid*

Rapat yang *kedua* adalah rapat harian yang membahas mengenai proses pemberitaan yang akan dimuat dalam waktu sehari.

*Rapat harian sehari dilakukan dua kali yaitu siang dan malam hari. Siang untuk mengumpulkan materi yang sudah didapat reporter dilapangan. Rapat malam digunakan untuk menindaklanjuti dari rapat siang.*<sup>55</sup>

Meskipun rapat harian diperuntukan untuk harian cetak *solopos* namun juga bermanfaat juga bagi *solopos.com* karena dengan mengikuti rapat tersebut redaktur akan mengetahui tentang isu berita yang diangkat dalam media cetak yang kemudian dapat diaplikasikan ke dalam media online *solopos.com*.

Devisi redaksional hanya menangani segala macam proses pemberitaan saja. Untuk masalah operasional dilapangan maupun operasional untuk pengadaan barang biasanya yang mengurus adalah sekretaris redaksi. Sekretaris redaksi mendengar masukan atau pun melakukan observasi secara langsung yang kemudian data-datanya akan di proses untuk pengajuan dana untuk menunjang pelaksanaan proses produksi.

Perencanaan sumber daya manusia merupakan usaha yang dilakukan untuk menggunakan sumber daya manusia yang ada secara efektif. Dengan memiliki sumber daya manusia yang secara kualitas bagus akan berpengaruh terhadap hasil yang dicapai oleh perusahaan. Perencanaan sumber daya manusia meliputi pemberian pelatihan jurnalistik, kunjungan ke media lain, bahkan pengiriman staff yang potensial untuk studi banding ke luar negeri seperti yang dilakukan manajemen *Solopos* terhadap redaktur *solopos.com* Bambang Aris yang dikirim ke German. Pemberian pelatihan maupun studi banding kemedi lain bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang belum pernah didapatkan sebelumnya dan kegiatan tersebut akan berdampak positif terhadap perusahaan.

---

<sup>55</sup>*Ibid*

### c. Mengatur Sumber Daya

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Fink dalam mengolah sumber daya yang dimiliki dapat dibagi menjadi beberapa bagian seperti, *managing internal resources, training for quality result, planning staff time carefully, managing external resources.*<sup>56</sup>

Tidak semua pendapat Fink diatas dapat diterapkan dalam *solopos.com*. Ada beberapa saja yang dapat diterapkan seperti, mengolah sumber daya internal dan pelatihan. Yang *pertama* adalah mengatur sumber daya yang ada. Mengatur sumber daya yang ada dapat dibagi menjadi dua bagian, antara lain adalah sumber daya manusia dan sumber daya lainnya sebagai penunjang proses produksi.

*Mengatur sumber daya manusia ditujukan untuk menata post-post unit kerja dengan mengisi sumber daya yang ada, dengan kata lain adalah menempatkan sumber daya manusia yang dimiliki untuk mengerjakan tugas sesuai dengan bagian-bagian yang ada pada struktur organisasi perusahaan.*<sup>57</sup>

Mengatur sumber daya manusia ini sangat berkaitan dengan struktur organisasi yang dimiliki. Dalam struktur organisasi yang dimiliki oleh *solopos.com* tergolong sangat sederhana sekali, karena hanya memiliki beberapa sumber daya manusia dalam menjalankan produksi pemberitaan. Seperti dua redaktur, satu pengelola halaman, satu staff uploader.

Mengolah sumber daya manusia sangat berkaitan erat dengan pengorganisasian. Pengorganisasian merupakan penyusunan struktur organisasi sesuai dengan apa yang dibutuhkan perusahaan dalam melakukan proses produksi. Pengorganisasian sangat berkaitan erat dengan struktur organisasi yang ada dengan sumber daya manusia yang dimiliki. Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang

---

<sup>56</sup>*Ibid*, Hal 206-210

<sup>57</sup>Bambang Arif, Wawancara, 4 januari 2012

dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya<sup>58</sup>. Dalam struktur organisasi terdapat dua aspek utama yaitu pembagian pekerjaan dan departemen. Pembagian pekerjaan (*division of work*) merupakan penjabaran tugas pekerjaan sehingga setiap orang dalam organisasi bertanggung jawab untuk dan melaksanakan seperangkat aktifitas tertentu dan bukan keseluruhan tugas. Lalu departementalisasi adalah upaya mengelompokan aktivitas pekerjaan sehingga aktivitas-aktivitas dan hubungan yang serupa dan logis dapat diselenggarakan secara serempak.<sup>59</sup>

Jika pendapat stoner dikaitkan dengan temuan yang ada dilapangan maka pembagian pekerjaan dilakukan untuk mengetahui tugas dan kewajiban dari masing-masing bagian (*job deskription*), seperti wartawan mempunyai tugas mencari berita di lapangan, redaktur bertugas untuk mengedit dan memilih berita yang akan di unggah. Sedangkan untuk pembagian departementalisasi dapat dilihat dari struktur organisasi yang dimiliki, seperti pembagian struktur organisasi redaksional menjadi redaktur, reporter, uploader, dan wartawan.

Divisi online *solopos.com* dalam mengatur sumber daya manusia belum bisa melakukan pembagian tugas sesuai dengan post-post kerja yang dimiliki secara tepat, hal ini dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki. Seperti pengelola halaman yang secara jabatan adalah reporter tetapi dalam menjalankan tugasnya lebih seperti redaktur yang bertugas sebagai editor dan mengorganisasikan wartawan dilapangan. Walaupun divisi redaksional hanya memiliki beberapa sumber daya manusia namun secara keseluruhan dapat meng-*handle* pekerjaan yang ada, dan hasil yang diperoleh lumayan bagus.

Mengolah sumber daya manusia yang dilakukan di *solopos.com* sepertimemanfaatkan pekerja yang ada semaksimal mungkin. *solopos.com* memiliki empat orang sumber daya manusia yang bertugas

---

<sup>58</sup> *Ibid.* Hal 167

<sup>59</sup> James Stoner A.F., *Manajemen Jilid 1*, Edisi Kedua (Jakarta : Airlangga. 1986)

mengolah berita yang dikirimkan oleh wartawan dan satu orang yang ditugaskan untuk membantu masalah teknis. *Meskipun hanya memiliki beberapa orang dibagian newsroom namun solopos.com mampu memproduksi layaknya perusahaan pers.*<sup>60</sup> Hal itu dapat terlihat dari banyaknya pengunjung yang mengakses *solopos.com*.

Selain sumber daya manusia, *solopos.com* juga mempunyai sumber daya lainya seperti peralatan yang menunjang proses produksi. Peralatan tersebut antara lain berupa satu unit komputer yang langsung terhubung ke internet untuk setiap individu yang ada di newsroom. Sedangkan fasilitas lain yang diberikan kepada wartawan dilapangan adalah berupa *netbook* dan *modem* yang digunakan untuk menunjang kelancaran dalam menulis dan mengirimkan berita ke bagian redaksi.

Yang *kedua* adalah pemberian pelatihan kepada sumber daya manusia yang dimiliki. Pemberian pelatihan kepada sumber daya manusia merupakan rencana dari tujuan perusahaan untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia yang dimiliki.

*Pemberian pelatihan yang sudah dilakukan adalah pemberian pelatihan jurnalistik, kunjungan ke media lain, pengiriman sumber daya manusia yang berkualitas untuk melakukan studi banding ke luar negeri.*<sup>61</sup>

Dengan pemberian pelatihan kepada staff, diharapkan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pemberitaan, kedalaman berita yang dihasilkan, kinerja yang meningkat, yang nantinya akan berpengaruh terhadap hasil yang dicapai perusahaan.

#### **d. Pengawasan dan Evaluasi**

Seperti yang dikutip Handoko dalam Robert J. Mockler, Pengawasan adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan

---

<sup>60</sup>Bambang Arif, Wawancara, 4 Januari 2012

<sup>61</sup>*Ibid*

balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan, serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.<sup>62</sup>

Proses pengawasan dan evaluasi dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga kualitas agar tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain. Pengawasan yang dilakukan *solopos.com* tidak hanya fokus terhadap kinerja yang dilakukan oleh staff yang dimiliki, namun juga melakukan pengawasan terhadap pekerjaan yang dilakukan. Pengawasan terhadap pekerjaan dilakukan dengan cara melihat berita yang sudah diedit apakah memenuhi unsur 5 W + 1 H, melihat apakah terjadi kesalahan seperti double upload.

*Pengawasan sangat penting dilakukan untuk menjaga mutu yang dihasilkan agar tetap baik dan dilakukan untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi. Pengawasan juga dilakukan untuk mengetahui apakah yang dilakukan sudah sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Pengawasan yang ada dalam *solopos.com* berupa teguran langsung.*<sup>63</sup>

Teguran langsung atasan kepada bawahannya atau sesuai dengan hierarki jabatan yang ada dalam struktur organisasi, teguran yang dilakukan seperti teguran yang dilakukan redaktur kepada wartawan yang terlambat dalam hal pengiriman berita, teguran pada uploader yang terlambat dalam melakukan upload berita atau teguran kepada web programmer tentang desain atau tampilan yang dibuat. Jika teguran yang diberikan oleh redaktur tidak dapat merubah perilaku sesuai yang diharapkan maka masalah tersebut akan dibawa kedalam rapat operasional. Teguran dilakukan untuk kelancaran teknis agar tidak menjadi hambatan dalam melakukan proses produksi dan mendapatkan hasil yang maksimal.

---

<sup>62</sup>T. Hani Handoko Hal 361

<sup>63</sup>Bambang Arif, Wawancara, 4 Januari 2012

Menurut Handoko, proses pengawasan biasanya terdiri dari paling sedikitnya lima tahap yang di antaranya adalah penetapan standar pelaksanaan atau perencanaan, penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan, pengukuran pelaksanaan kegiatan nyata, perbandingan pelaksanaan kegiatan dengan standar dan analisa penyimpangan dan yang terakhir pengambilan tindakan koreksi bila perlu.<sup>64</sup>

Jika pendapat diatas dimasukan dalam pengawasan yang ada di redaksional *solopos.com* maka yang *pertama* adalah penetapan standar pelaksanaan merujuk pada tujuan yang dimiliki oleh *solopos.com* yaitu menyajikan pemberitaan secepat mungkin (*straight news*) sampai ke pembaca. Selain itu juga memberikan informasi cepat dan akurat mengenai peristiwa maupun isu yang sedang berkembang di masyarakat atau trending topik. Standar pelaksanaan tersebut akan digunakan untuk penilaian apakah sumber daya manusia yang ada dapat memenuhi hal tersebut. *Kedua* adalah penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan. Pengukuran yang dilakukan dalam *solopos.com* dilakukan setiap hari oleh redaktur kepada bawahan seperti reporter, uploader, maupun wartawan. Redaktur mengetahui siapa saja yang kurang kompetitif dalam melaksanakan pekerjaan, dan biasanya redaktur hanya mencatat yang nantinya akan diberikan teguran langsung ataupun dibawa dalam rapat.

*Ketiga* adalah pengukuran pelaksanaan kegiatan, biasanya redaktur melakukan pengawasan dengan cara pengamatan secara langsung maupun ada laporan dari bawahnya langsung. Setelah itu barulah ketahap yang *keempat* yaitu perbandingan pelaksanaan dengan standar analisa penyimpangan. Dalam bagian ini biasanya redaktur melihat apa yang telah direncanakan sebelumnya dengan pencapaian yang didapatkan setelah proses pelaksanaan dilakukan. Redaktur menganalisa apakah sudah sesuai dengan apa yang sudah diharapkan. Maka tahapan selanjutnya adalah pengambilan tindakan koreksi. Pada tahap ini redaktur biasanya

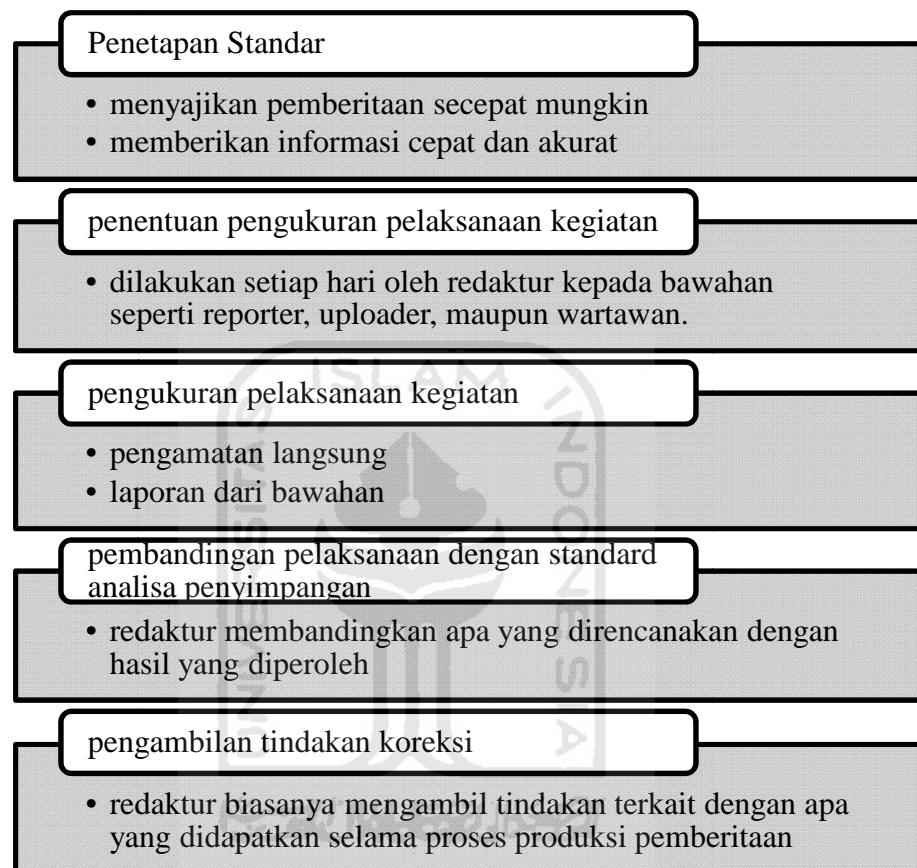
---

<sup>64</sup>T. Hani Handoko Hal 364-365.

mengambil tindakan terkait dengan apa yang didapatkan selama proses produksi pemberitaan.

Gambar 3.2

Proses Pengawasansolopos.com



Proses evaluasi dilakukan untuk mengetahui apa yang menjadi kendala dalam melakukan produksi. Seperti pendapat yang dikemukakan oleh Fink :

*you principal evaluation, of course, must be whether household penetration meet your expetation. bottom line, your news product must meet demands of a competitive marketplace, or you fail. and reader acceptance of your product is the objective measurement of that.*<sup>65</sup>

<sup>65</sup>Ibid, Hal 215



Proses evaluasi yang dilakukan dalam adalah dalam bentuk rapat bentuk rapat. Proses evaluasi dilakukan adalah evaluasi terhadap berita-berita yang sudah di unggah, kemudian di analisa dengan cara melihat berapa banyak pengunjung yang membuka situs *solopos.com*. Proses evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil yang diperoleh perusahaan setelah melakukan proses produksi.

Gambar 3.3

#### Proses Manajemen Redaksional *solopos.com*



## 2. Proses Manajemen Redaksional Media Online *krjogja.com*

Proses manajemen yang dilakukan oleh *krjogja.com* meliputi beberapa bagian, seperti riset, perencanaan, mengatur sumber daya maupun proses pengawasan dan proses evaluasi. Proses manajemen yang dilakukan *krjogja.com* lebih dekat kearah strategi dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan dengan memperhatikan faktor internal maupun eksternal perusahaan. Proses manajemen redaksional merupakan strategi yang diterapkan perusahaan yang berkaitan dengan masalah pemberitaan agar dapat mencapai tujuan yang diterapkan. Banyak hal yang dilakukan oleh *krjogja.com* dalam mencapai tujuan perusahaan, seperti pada penjelasan dibawah ini.

### a. Riset Media

Riset atau penelitian sangat diperlukan oleh perusahaan untuk mengetahui keadaan lingkungan perusahaan baik dalam lingkungan perusahaan maupun lingkungan yang berada diluar perusahaan. Dengan melakukan riset maka akan diketahui strategi apa yang akan dipakai dalam melakukan produksi. Seperti yang dikutip dalam Fink :

*you must know the geography of your market and who lives there. you must now go beyond that, into a detailed audit of reader and nonreader thinking, interest and attitudes-plus systematic research into how the newspaper as a product relates to them.*<sup>66</sup>

Menurut pendapat Fink diatas, riset digunakan untuk mengetahui keadaan geografi lingkungan perusahaan dan bagaimana masyarakat yang berada disekitarnya. Dalam penerapannya *krjogja.com* juga melakukan riset, walaupun dalam pelaksanaannya riset tidak dilakukan secara mendalam.

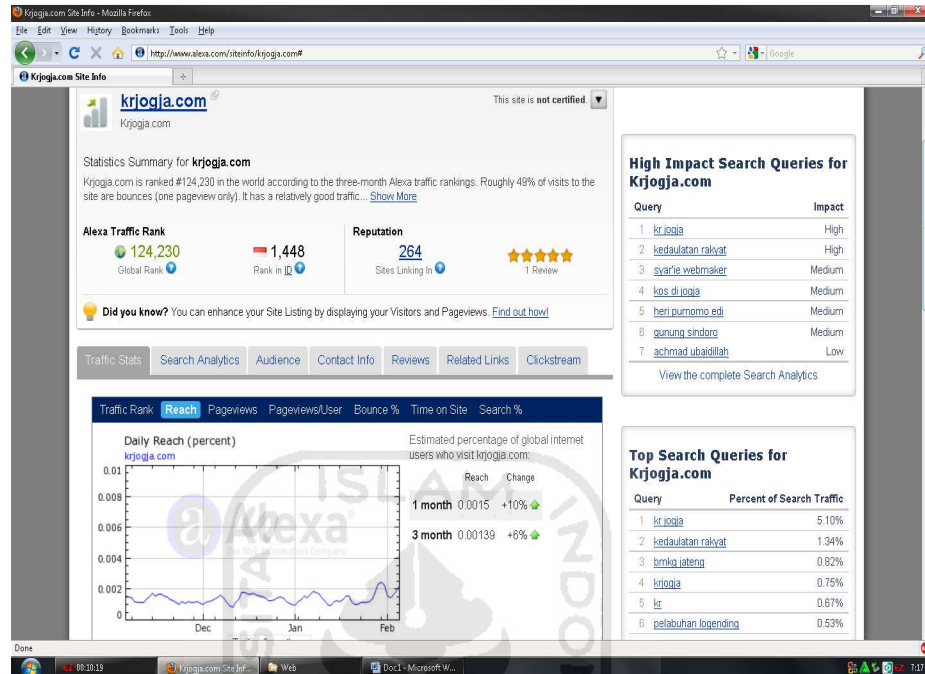
Menurut Ivan Aditya, *sebuah riset akan memberikan hasil yang positif bagi perusahaan, karena dengan melakukan sebuah riset akan mengetahui hasil yang diperoleh setelah melakukan aktifitas produksi.*<sup>67</sup> Riset yang dilakukan oleh *krjogja.com* adalah riset banyaknya pengunjung dari *krjogja.com*. Riset ini dilakukan dengan cara melihat banyaknya orang yang mengunjungi *krjogja.com*. Dengan cara seperti itu dapat dilihat rubrik apa yang paling disukai dan jarang dikunjungi oleh pengunjung. Untuk rubrik yang jarang mendapat perhatian dari pengunjung, biasanya akan dievaluasi dalam rapat yang selanjutnya akan diadakan perubahan atau bahkan akan diganti dengan rubrik yang baru.

---

<sup>66</sup> *Ibid*, Hal 198

<sup>67</sup> Ivan Aditya, Wawancara, 10 Januari 2012

Gambar 3.4  
Statistik pengunjung *krjogja.com*



(Sumber : *www.alexa.com*, diakses 8 Febuari 2012)

Selain itu riset juga dilakukan untuk mengetahui kualitas dari pemberitaan yang dihasilkan dengan cara melihat pesan yang ditinggalkan oleh pembaca berupa kritik, saran maupun komentar langsung terhadap pemberitaan. Riset mengenai kualitas pemberitaan dapat dilihat dari banyaknya komen yang ditinggalkan oleh pengunjung mengenai suatu berita yang ada dalam *krjogja.com*. Selain itu tanggapan, saran dan kritik yang ditinggalkan oleh pengunjung yang membuka berita di *krjogja.com* juga dapat dijadikan sebuah masukan positif yang kedenpannya dapat dipakai dalam merumuskan strategi yang lebih baik. *Krjogja.com* belum pernah melakukan riset mendalam mengenai keadaan lingkungan yang berada diluar perusahaan maupun dalam perusahaan, riset yang dilakukan hanya sebatas pada jumlah pengunjung dan kualitas pemberitaan yang ditunjukan dengan pesan yang berupa kritik maupun saran yang ditinggalkan oleh pengunjung.

## b. Perencanaan

Proses perencanaan sangat penting dilakukan sebelum memulai produksi. Perencanaan digunakan untuk membuat garis besar yang akan dilakukan nantinya dalam produksi. Seperti yang dijelaskan oleh Handoko, perencanaan adalah pemilihan atau penempatan tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijakan, proyek, program, prosedur, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk menjabai tujuan.<sup>68</sup>

Proses perencanaan merupakan kegiatan yang harus dilakukan sebelum melakukan produksi, agar pada saat akan dilakukan produksi sudah memiliki rencana yang akan digunakan sebagai acuan. Perencanaan sangat penting dilakukan dalam sebuah organisasi. Perencanaan berguna sebagai patokan yang akan menuntun kita dalam melakukan pekerjaan agar tidak keluar dari apa yang sudah direncanakan sebelumnya.

Menurut pendapat Fink, perencanaan dapat dibagi menjadi dua bagian utama.

*Newsroom planning is a multidimensional responsibility for the manager. two broad areas are most important : planning effective use of human resources and planning overall journalistic tone and the drive for quality.*<sup>69</sup>

Menurut pendapat diatas, proses perencanaan yang terdapat pada *krjogja.com* dapat dibagi kedalam dua bagian utama, perencanaan dalam pemberitaan maupun perencanaan sumber daya manusia yang dimiliki.

Yang *pertama* adalah perencanaan pemberitaan berhubungan dengan segala sesuatu yang menyangkut berita, seperti rencana berita yang akan dimuat, rencana liputan berita sesuai dengan kalender even

---

<sup>68</sup> T. Hani Handoko, Hal 23

<sup>69</sup> *Ibid*, Hal 199

yang ada, penentuan berita utama, desain atau *lay-out* dalam penempatan berita pada halaman *krjogja.com*.

*Proses perencanaan yang ada pada krjogja.com berupa rapat yang diikuti oleh semua orang yang ada pada bagian redaksional. Biasanya dalam rapat dipimpin langsung oleh pimpinan redaksi yang bertanggung jawab penuh terhadap rapat perencanaan. Rapat sendiri dapat dibagi kedalam dua bagian yaitu rapat mingguan dan harian.*<sup>70</sup>

Rapat mingguan dilakukan pada awal minggu yang biasanya pada hari senin. Rapat tersebut berguna untuk melakukan perencanaan selama satu minggu kedepan. Karena bagian redaksional maka yang dibahas dalam rapat adalah rencana pemberitaan dalam seminggu kedepan. Pimpinan redaksi dalam hal ini memegang peranan yang sangat besar dalam penentuan topik berita yang akan diangkat. Dalam rapat ini dilakukan di ruang *newsroom* dan harus dihadiri oleh semua bagian redaksional agar mereka dapat melakukan apa yang diinginkan oleh pimpinan redaksi yang nantinya akan digunakan sebagai pegangan dalam proses pelaksanaan.

Seperti yang diungkapkan oleh Parone, dalam wacana tentang perencanaan berita disebutkan bahwa perencanaan berita pada pokoknya adalah suatu kegiatan mempersiapkan kemungkinan terjadinya suatu berita. Kemungkinan terjadinya berita dapat disebabkan oleh dua hal yaitu *moment news* dan *even news*. *Moment news* merupakan suatu berita yang terjadi secara alamiah, bahwa suatu berita itu lahir dari suatu peristiwa yang tidak disengaja. *Even news* merupakan suatu peristiwa dari peristiwa yang disengaja.<sup>71</sup>

Jika pernyataan diatas dihubungkan dengan perencanaan berita yang ada di *krjogja.com*, maka *moment news* dapat dimasukkan dalam perencanaan harian yang dilakukan ketika ada suatu peristiwa yang tidak bisa diprediksi datangnya. Perencanaan harian dilakukan ketika

---

<sup>70</sup> Widyo Suprayogi, Wawancara, 10 Januari 2012

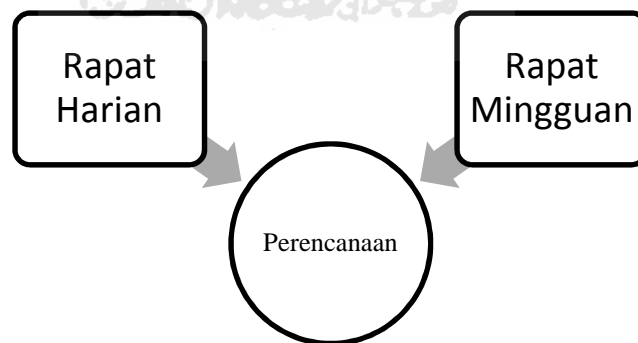
<sup>71</sup> Sam Abede Pareno, Hal 69

ada peristiwa yang sedang terjadi, misalnya saja terdapat kejadian peledakan bom di suatu tempat, maka dengan segera akan diadakan rapat untuk merencanakan strategi pemberitaan, dan segera mengirimkan reporter ketempat kejadian untuk mencari data-data dilapangan dan melaporkan setiap perkembangannya. Kemudian *even news* dapat dimasukan dalam perencanaan mingguan. Perencanaan mingguan biasanya mengikuti kalender even yang ada, seperti kunjungan pejabat, peresmian, maupun pertunjukan seni.

Rapat harian ditujukan untuk menentukan berita-berita yang akan dipilih menjadi berita utama dan menentukan kelayakan berita untuk dimuat dalam *krjogja.com*. Rapat harian ini sendiri bersifat tidak formal dan lebih menjurus kearah diskusi. Karena pimpinan redaksi dan redaktur bekerja dalam satu ruangan, maka jika ada berita yang masuk tinggal melakukan diskusi saat itu juga dan tidak butuh persiapan yang khusus. Dalam rapat harian ini tidak wajib diikuti oleh semua bagian redaksional kecuali pimpinan redaksi dan redaktur memang wajib ada dalam rapat harian.

Gambar 3.5

Mekanisme Perencanaan *krjogja.com*



(Sumber : Wawancara, Widyono 10 Januari 2012)

Yang *kedua* adalah perencanaan sumber daya manusia merupakan rencana yang ditujukan untuk memberikan bekal pengetahuan tambahan yang berfungsi untuk meningkatkan skill yang dimiliki oleh para staff. Perencanaan tersebut dapat berupa pelatihan saat ada

staff yang baru di rekrutmen, kunjungan terhadap media lain agar memotivasi agar lebih semangat lagi dalam bekerja.

### c. Mengatur Sumber Daya

Sumber daya menjadi kebutuhan yang penting dalam sebuah perusahaan, begitu juga dalam perusahaan pers. Sumber daya merupakan alat utama yang digunakan dalam proses produksi. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Fink dalam mengolah sumber daya yang dimiliki dapat dibagi menjadi beberapa bagian seperti, *managing internal resources, training for quality result, planning staff time carefully, managing external resources.*<sup>72</sup>

Namun dalam prakteknya *krjogja.com* tidak menerapkan semua pendapat yang dikemukakan oleh Fink, namun ada beberapa yang sesuai dengan keadaan perusahaan seperti, *managing internal resources* dan *training for quality result*.

*Pertama* adalah mengatur sumber daya yang dimiliki (*managing internal resources*) adalah dengan cara memanfaatkan secara maksimal semua sumber daya yang dimiliki dalam produksi. Sumber daya yang dimiliki dapat dibagi lagi menjadi dua bagian yaitu sumber daya manusia dan sumber daya peralatan.

Mengolah sumber daya manusia dilakukan dengan cara mengorganisasikan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki dan sesuai dengan bagian yang dibutuhkan oleh perusahaan. Bagian redaksional *krjogja.com* memiliki sistem organisasi yang sederhana. Dipimpin oleh pimpinan redaksi yang secara global mempunyai tanggung jawab yang besar terhadap pemberitaan. Dalam menjalankan tugasnya pimpinan redaksi dibantu oleh sekretaris redaksi, redaktur pelaksana, redaktur dan wartawan.

*Dalam pemilihan sumber daya manusia yang akan mengisi sebuah tempat dalam sistem organisasi harus memiliki banyak*

---

<sup>72</sup>*Ibid*, Hal 206-210

*pertimbangan dan kriteria yang dibutuhkan.*<sup>73</sup> Misalnya yang menduduki kursi redaktur haruslah mereka yang telah memiliki jam terbang yang tinggi sebagai wartawan dan mempunyai insting yang tajam terhadap prediksi maupun berita yang akan dipilih. Untuk wartawan yang dimiliki biasanya dipilih dari orang-orang yang sudah terlatih yang mengetahui seluk beluk tentang kewartawanan, dan biasanya diambil dari lulusan sekolahan atau perguruan tinggi jurusan jurnalistik. Diruang redaksi *krjogja.com* memiliki tujuh orang sumber daya manusia yang terdiri satu orang pimpinan redaksi, satu orang redaktur pelaksana, satu orang sekretaris redaksi dan empat orang redaktur. Untuk dilapangan memiliki empat orang wartawan yang ditempatkan di kota Yogja, dan sisanya adalah wartawan yang dimiliki oleh *KR Group* yang berada di wilayah DIY dan Jawa Tengah.

Dalam pengorganisasian terdapat tingkatan manajemen, seperti yang dijelaskan oleh morissan, tingkatan manajemen dalam organisasi akan membagi manajer menjadi tiga golongan yang berbeda. Yang *pertama* manajer lini yang mempunyai tingkatan paling rendah yang memimpin dan mengawasi tenaga-tenaga operasional. Yang *kedua* adalah manajer menengah yang membawahi dan mengarahkan kegiatan-kegiatan para manajer lainnya dan kadang-kadang karyawan operasional. Tingkatan yang *ketiga* adalah manajer puncak yang merupakan manajer tertinggi, bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen organisasi.<sup>74</sup>

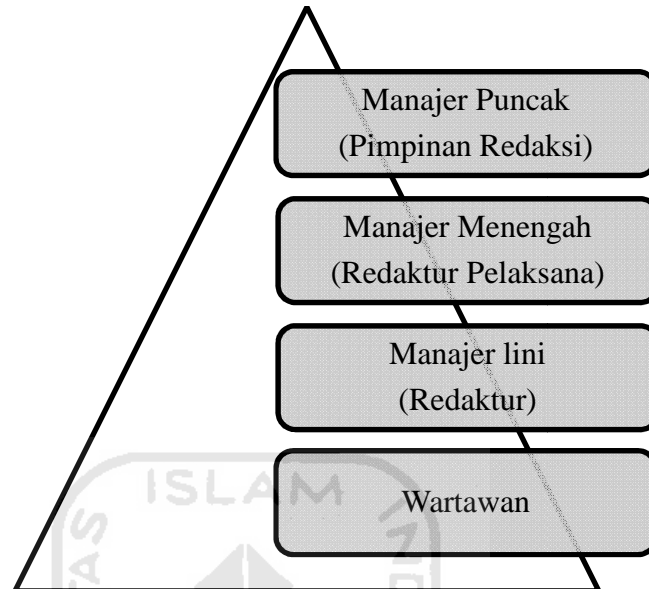
---

<sup>73</sup>Widyo Suprayogi, Wawancara, 10 Januari 2012

<sup>74</sup>*Ibid*, Hal 17-18



Gambar 3.6  
Tingkat Manajer dalam Organisasi *krjogja.com*



Jika dihubungkan dengan pendapat di atas, maka manajer puncak ditempati oleh pimpinan redaksi, karena tugasnya bertanggung jawab dan mengendalikan segala proses pemberitaan di *krjogja.com*. Manajer menengah ditempati oleh redaktur pelaksana, karena bertugas menjalankan seluruh kegiatan operasional harian *krjogja.com*. selain itu tugas lainnya adalah melakukan pengawasan dan pembinaan pada unit kerja di bawahnya. Manajer lini ditempati oleh redaktur, karena redaktur membawahi tenaga operasional dalam *krjogja.com* disebut wartawan.

Menurut Morissan, ada dua aspek utama dalam proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama-sama. Sedangkan untuk pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan agar setiap individu

dalam organisasi bertanggung jawab untuk dan melaksanakan kegiatan yang terbatas.<sup>75</sup>

Jika di aplikasikan kedalam *krjogja.com*, departemenalisasi dapat dilihat dari struktur organisasi yang dimiliki, seperti pembagian struktur organisasi redaksional menjadi pimpinan redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, wartawan. Sebagai contoh, redaktur ditempati oleh empat orang, mereka memiliki kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dan dapat dikerjakan secara bersama-sama. Pembagian kerja dapat dilihat dari tanggung jawab yang dibebankan pada individu dalam setiap organisasi. Sebagai contohnya, wartawan hanya ditugaskan untuk liputan mengumpulkan berita dilapangan dan mengirimnya ke bagian redaksi.

Sumber daya peralatan berfungsi sebagai sarana penunjang dari sumber daya manusia. Keduanya saling bergantung dan tidak dapat dipisahkan. Sumber daya peralatan yang dimiliki oleh *krjogja.com* adalah seperangkat komputer yang terhubung dengan internet. Internet wajib ada dalam industri media online, karena syarat utama media online adalah adanya koneksi dengan internet. Setiap staff mendapatkan fasilitas tersebut, tidak terkecuali dengan wartawan yang berada dilapangan yang mendapatkan fasilitas *netbook* dan *blackberry*. Sumber daya manusia dan sumber daya peralatan tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya, karena mereka bekerja secara bersama-sama. Staff membutuhkan peralatan untuk menunjang pekerjaan mereka sedangkan peralatan tidak dapat bekerja sendiri jika tidak ada yang mengoperasikan.

Yang *kedua* adalah pemberian pelatihan terhadap sumber daya manusia yang dimiliki (*training for quality result*). Pemberian kepelatihan dimaksudkan agar memberikan pengalaman yang lebih kepada sumber daya manusia yang dimiliki. Pemberian pelatihan adalah

---

<sup>75</sup> Morissan, M.A, Hal 142-143

sesuai dengan rencana dari perusahaan untuk meningkatkan mutu dari karyawan. Pemberian pelatihan yang dilakukan oleh *krjogja.com* antara lain seperti melakukan studi banding ke media lain, mengundang pakar-pakar jurnalistik. Pelatihan kewartawanan diberikan kepada seluruh staff redaksional

#### d. Pengawasan dan Evaluasi

Menurut Widyopengawasan yang dilakukan kepada karyawan *krjogja.com* adalah :

*Pengawasan secara langsung dapat berupa seperti teguran-teguran yang mempunyai sifat yang membangun. Seperti teguran kepada bawahan yang melakukan kesalahan kemudian diberikan pengarahan agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan.*<sup>76</sup>

Seperti yang dikemukakan Robert J. Mockler dalam Morissan, Pengawasan adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan, serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.<sup>77</sup>

Morissan juga menjelaskan, pengawasan mencakup kegiatan penetapan standar, pengukuran kegiatan, dan pengambilan tindakan korektif<sup>78</sup>. *Krjogja.com* mempunyai standar yang diterapkan dalam melakukan proses produksi berita. Standar yang diterapkan antara lain seperti, kecepatan dalam akses berita, akurasi berita yang disampaikan dan bobot berita. Standar yang diterapkan oleh perusahaan akan mempermudah dalam hal pengawasan.

---

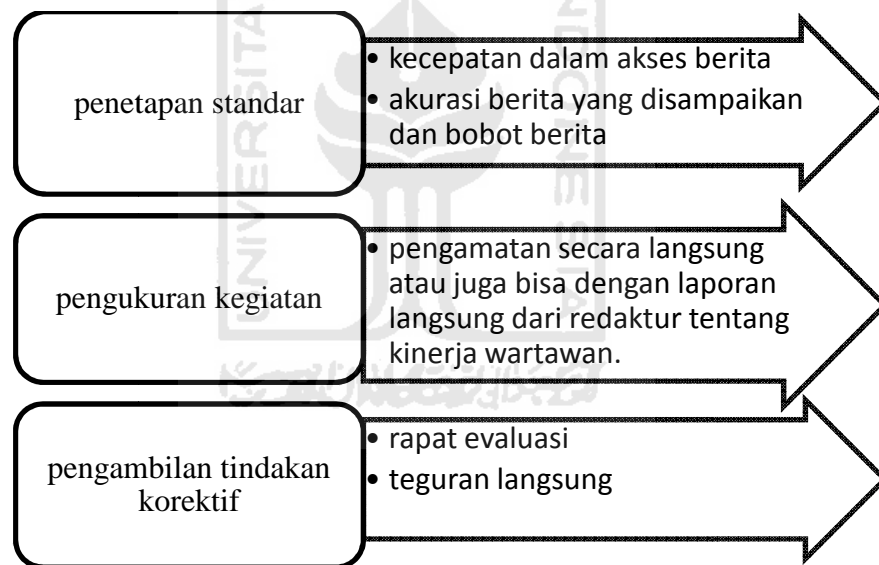
<sup>76</sup>Widyopengawasan 10 Januari 2012

<sup>77</sup> Morissan, Hal 159

<sup>78</sup>*Ibid*, Hal 159

Pengukuran tindakan dilakukan untuk mengetahui apakah karyawan atau sumber daya manusia yang dimiliki oleh *krjogja.com* sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemimpin perusahaan. Pengukuran tindakan ini dapat dilakukan pimpinan redaksi dengan cara pengamatan secara langsung atau juga bisa dengan laporan langsung dari redaktur tentang kinerja wartawan. Sedangkan pengambilan tindakan korektif berguna untuk meminimalisir kesalahan yang dilakukan karyawan, tindakan korektif dapat berupa rapat evaluasi jika menyangkut strategi, bisa juga teguran langsung jika terjadi sebuah kesalahan.

Gambar 3.7  
Proses Pengawasankrjogja.com



Proses evaluasi dilakukan untuk mengetahui apa yang menjadi kendala dalam melakukan produksi. Seperti pendapat yang dikemukakan oleh Fink :

*you principal evaluation, of course, must be whether household penetration meet your expectation. bottom line, your news product must meet demands of a competitive marketplace, or you fail. and reader acceptance of your product is the objective measurement of that.*<sup>79</sup>

<sup>79</sup>*Ibid*, Hal 215

Proses evaluasi yang dilakukan oleh setelah dilakukan proses produksi.

*Proses evaluasi berguna untuk mendengarkan dari pekerja mengenai hambatan maupun keluhan saat melakukan proses produksi, setelah itu baru akan ditentukan solusi terhadap masalah yang ada.<sup>80</sup>*

Proses evaluasi yang dilakukan oleh *krjogja.com* dalam bentuk rapat evaluasi yang biasa diadakan setiap seminggu sekali. Rapat evaluasi ini bersifat formal dan diikuti oleh semua bagian redaksional. Rapat evaluasi membahas mengenai kesalahan maupun kekurangan selama proses produksi berjalan dan bagaimana cara untuk mengatasi agar meminimalisir kesalahan sehingga akan berdampak kepada pencapaian hasil yang diperoleh perusahaan.

Gambar 3.8

Proses Manajemen Redaksional *krjogja.com*

Riset Media

- Mengamati jumlah pengunjung.
- Kritik maupun saran dari pengunjung terhadap kualitas pemberitaan.

Perencanaan

- Merencanakan pemberitaan yang dilakukan seluruh staff redaksional.
- Merencanakan pengembangan potensi SDM

Mengolah Sumber Daya

- Memanfaatkan secara efektif sumber daya manusia dan peralatan yang dimiliki.
- Pemberian pelatihan jurnalistik atau media online kepada karyawan.

Pengawasan - Evaluasi

- pengawasan secara langsung.
- Rapat evaluasi yang diadakan seminggu sekali.

<sup>80</sup>Widyo Suprayogi, Wawancara, 10 Januari 2012

## **B. Proses Pemberitaan Media Online *solopos.com* dan *krjogja.com***

Proses pemberitaan pada media dimulai ketika terdapat kejadian atau peristiwa kemudian diolah di *newsroom* untuk menjadi sebuah berita. Dalam setiap perusahaan pers memiliki perbedaan dalam melakukan proses pemberitaan walaupun produk yang dihasilkan adalah sama yaitu berita. Setiap perusahaan pers memiliki cara sendiri dalam mengolah dan memproses fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dalam proses pemberitaan. Di bawah ini akan dijelaskan bagaimana proses pemberitaan antara *solopos.com* dan *krjogja.com* yang kemudian akan dianalisa dengan teori yang ada :

### **1. Proses Pemberitaan Media Online *solopos.com***

Berita yang terdapat di *solopos.com* mirip dengan apa yang ada di media cetaknya namun kadang-kadang lebih dulu *up-date*. Berita merupakan komoditas utama dalam bisnis surat kabar, karena itu yang mereka tawarkan kepada konsumen. Berita merupakan data-data yang didapat dari suatu peristiwa yang diperoleh dilapangan yang kemudian diolah lagi menjadi susunan kalimat yang menggambarkan suatu kejadian atau peristiwa.

Strategi yang diterapkan dalam pemberitaan *solopos.com* adalah memberikan informasi yang secepat mungkin kepada masyarakat. *solopos.com* akan memberikan informasi cepat dan akurat mengenai peristiwa maupun isu yang sedang berkembang di masyarakat atau *trending* topik. Hal tersebut sangat berguna sekali dalam membuat kepercayaan terhadap *solopos.com* sebagai menyaji berita sehingga akan mendapatkan kemasukan yang lebih dari sektor iklan.

*Redaksional solopos.com masih melakukan pengembangan, diusahakan 24 jam selalu up-date. Memang sekarang ini belum bisa full 24 jam untuk up-date berita tapi solopos.com mengarah kesana. Untuk mengatasi hal tersebut diberlakukan sistem shift masuk pagi, siang dan malam, hal tersebut didasarkan pada kebutuhan pengguna media tidak selalu tetap. Pengguna banyak mengakses pada waktu tertentu, seperti jam 09.00-11.00 pengaksesan yang tinggi terhadap media kemudian turun pada jam istirahat naik lagi sampai sampai*

*jam pulang kantor setelah itu turun dan naik lagi mulai jam 18.00-21.00 malam.*<sup>81</sup>

*Solopos.com* dalam melaksanakan strategi tersebut masing sangat sulit dilakukan namun akan berusaha untuk memenuhi itu semua. Faktor yang menghambat strategi tersebut berupa keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki. Seperti pada wartawan, *solopos.com* tidak memiliki wartawan sendiri. Mereka masih menjadi satu dengan wartawan harian *Solopos*. Hal tersebut berdampak kepada berita yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan pada media online yang mempunyai sifat selalu *up-date* beritanya.

Untuk mengatasi hal tersebut Bambang melakukan edukasi terhadap wartawan dengan cara merubah pola kerja mereka. Yang biasanya pagi sampai siang mereka dilapangan kemudian siang sampai sore mereka dikantor nulis berita. Hal yang kemudian dilakukan adalah membuat mereka menjadi wartawan multimedia dimana mereka diminta mengirimkan berita secepat mungkin dan berita selengkap mungkin beserta fotonya yang kemudian dimuat dalam *solopos.com*.

Proses pembuatan berita dapat terbagi menjadi empat bagian secara umum yaitu, pencarian berita (*news gathering*), penulisan berita (*news writing*), editing berita (*news editing*), proses pengungkahan berita (*news representing*).

*Pertama* adalah pencarian berita (*news gathering*). Menurut Arif Fajar Setiadi sebagai reporter atau pengelola halaman, proses pencarian berita dimulai :

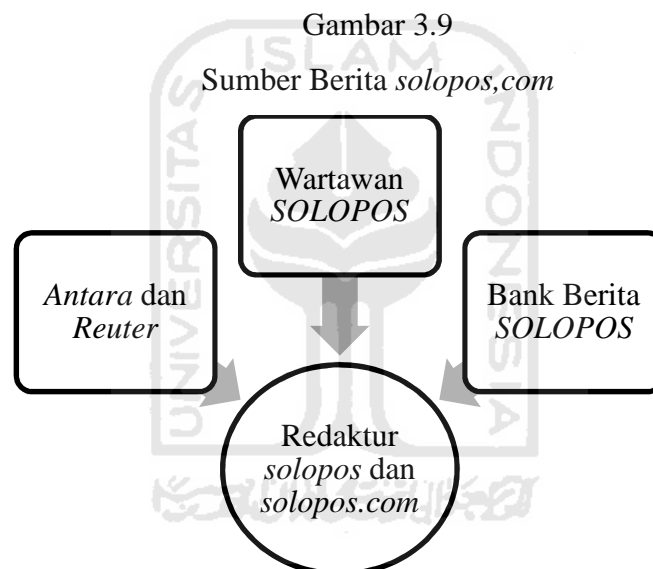
*wartawan turun kelapangan dalam mencari berita. Wartawan mulai terjun kelapangan pada pagi hari dan diwajibkan selalu mengirimkan data-data dilapangan begitu ia mendapatkannya. Wartawan yang berada dilapangan dibekali dengan netbook dan modem untuk memudahkan mereka dalam mengirim berita yang didapat dilapangan ke redaksi jadi tidak ada alasan lagi mereka terlambat dalam hal pengiriman berita. Selain mengirim berita ke redaksi dengan menggunakan email, wartawan dalam kondisi yang darurat*

---

<sup>81</sup>Bambang Arif, Wawancara, 4 Januari 2012

diperolehkan mengirimkan data dengan menggunakan telp atau sms langsung kepada redaktur.<sup>82</sup>

Proses produksi pemberitaan akan dimulai pada saat wartawan telah dikoordinasikan dilapangan oleh redaktur untuk mencari data-data sebagai bahan pembuatan berita. *Solopos.com* tidak memiliki wartawan sendiri, untuk mendapatkan berita-berita masih bergantung kepada *SoloposGroup* dan bekerjasama dengan media lain seperti *Antara* dan *Reuters*. Berita adalah adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan.<sup>83</sup>



Jenis berita yang ditampilkan oleh *solopos.com* merupakan jenis berita yang bersifat langsung (*straight news*). *Straight news* merupakan laporan langsung mengenai suatu peristiwa.<sup>84</sup> Biasanya *straight news* hanya menampilkan inti dari sebuah berita tanpa membahas kedalaman dari pada isi berita, biasanya ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what, who, when, where, why, dan how* (5 W + 1 H).

<sup>82</sup>Arif Fajar Setiadi, Wawancara, 4 Januari 2012

<sup>83</sup> Doug Newsom dan James A. Wollert “ *Media Writing: News for The Mass Media*” dalam AS Haris Sumandiria *Jurnalistik* (Indonesia Bandung : Simbiosis Rekatama Media 2005) Hal 64

<sup>84</sup>*Ibid*



*Kedua* adalah penulisan berita (*news writting*). Data-data yang telah didapat dilapangan kemudian sesegera mungkin disusun untuk menjadi berita agar bisa sesegera mungkin diproses ketahap selanjutnya. Dalam menulis berita ini wartawan harus bertanggung jawab terhadap apa yang dia tulis, dalam hal ini berita yang ditulis harus benar-benar sesuai dengan fakta yang ditemukan dilapangan tidak ada penambahan ataupun pengurangan dan berita yang disajikan haruslah berimbang tidak memihak (*cover both side*).

Penulisan tidak hanya dilakukan oleh wartawan saja, pengolah halaman maupun redaktur juga mempunyai tugas menulis berita jika keadaan reporter dilapangan tidak memungkinkan untuk menulis sedangkan dalam media online diperlukan kecepatan dalam penyampaian berita. Setelah data-data terkumpul kemudian disusun menjadi berita oleh wartawan dan berita yang sudah jadi langsung dikirimkan ke bagian redaksi. Berita yang sudah jadi disimpan dalam bank naskah *SoloposGroup* yang kemudian pengelola halaman bersama dengan redaktur melakukan *editing* dan pemilihan berita yang layak.

*Ketiga* adalah pengeditan Berita (*news editing*). Proses editing ini dilakukan oleh pengelola halaman dan redaktur. Berita yang masuk ke *email* redaksi akan dibaca satu per satu. Selain editing redaktur juga bertugas untuk memilih dan menyeleksi layak atau tidaknya berita untuk dapat dimuat. Didalam *solopos.com* mempunyai dua orang redaktur, mereka berbagi tugas dalam melakukan pengeditan dan pemilihan berita-berita yang layak dimuat. Dalam melakukan editing berita redaktur juga dibantu oleh seorang pengelola halaman.

*Biasanya setelah wartawan mendapatkan materi berita maka akan segera diadakan rapat redaksi yang biasanya di lakukan antara jam 13.00-14.00 sampai selesai. Rapat tersebut merupakan rapat redaksi dari media cetak harian Solopos, namun redaktur solopos.com wajib ikut serta dalam rapat tersebut karena secara struktural masih menjadi satu dengan redaksi cetak secara keseluruhan. Rapat redaksi dipimpin oleh pimpinan redaksi langsung dan membahas tentang materi yang didapat wartawan yang kemudian di listing dan ditentukan berita apa yang akan menjadi berita utama yang akan*

*dicetak besok. Dengan mengikuti rapat tersebut, redaktur solopos.com kemudian mengadopsi berita-berita tersebut yang kemudian akan dimuat dalam media online solopos.com.*<sup>85</sup>

Proses *editing* yang dilakukan berupa mengedit kata-kata dan tanda baca yang kurang tepat, tanpa merubah isi dari berita yang dikirimkan oleh wartawan dilapangan.

*Keempat* adalah penyajian berita (*news presenting*). Menurut Is Ariyanto sebagai uploader, *setelah berita telah ditentukan layak untuk dimuat, tugas selanjutnya adalah tugas seorang uploader untuk melengkapi berita tersebut dengan foto atau ilustrasinya.*<sup>86</sup>

Penggunaan gambar atau foto dimaksudkan untuk lebih menguat isi berita yang disampaikan, gambar, foto dan karikatur merupakan pesan-pesan yang hidup sekaligus menghidupkan deskripsi verbal lainnya. Menurut Muhtadi, dalam dunia persuratkabaran, gambar karikatur merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mempengaruhi kalayak setelah kolom editorial dan artikel.<sup>87</sup>

Uploader mengunggah berita ke media online *solopos.com* atas perintah atau ijin yang diberikan oleh redaktur. Penyajian berita terkadang bekerjasama dengan tugas web programmer yang bertugas mengurus masalah tampilan yang ada dalam halaman online. Jika redaktur menginginkan perubahan tampilan *solopos.com* maka yang dilakukan tinggal menugaskan web programmer untuk melakukan perubahan pada tampilan.

Dalam proses pemberitaan terkadang juga ditemukan hambatan-hambatan yang mengganggu dalam proses produksi, seperti keterlambatan dalam proses pembaruan berita yang disebabkan karena cara kerja wartawan dilapangan yang masih terbiasa dengan cara kerja wartawan media cetak

---

<sup>85</sup>Bambang Arif, Wawancara, 4 Januari 2012

<sup>86</sup>Is Ariyanto, Wawancara, 4 Januari 2012

<sup>87</sup>Asep Saeful Muhtadi : *Jurnalistik : Pendekatan Teori dan Praktik* (Jakarta : Logos Wacana Ilmu,1999) Hal 102

yang melakukan pengiriman naskah berita pada siang hari. Kendala lain yang dihadapi adalah hampir miripnya antara fungsi redaktur dengan pengelola halaman yang memungkinkan melakukan kesamaan dalam proses pengeditan berita, namun hal tersebut dapat diatasi dengan komunikasi yang baik diantaranya.

Gambar3.10

## Alur Proses Pemberitaan



(Sumber : Wawancara, Bambang Arif, 4 Januari 2012)

## 2. Proses Pemberitaan Media Online *krjogja.com*

Dalam proses pemberitaan melibatkan semua struktur organisasi yang ada pada redaksional. Yaitu mulai dari pimpinan redaksi sampai dengan wartawan. Bagian yang bertanggung jawab dalam menangani pemberitaan tetap pada pimpinan redaksi. Pimpinan redaksi mempunyai wewenang terhadap setiap proses pemberitaan, mulai dari tahap peliputan berita sampai pada menentukan layak atau tidaknya berita tersebut dapat dimuat. Setiap orang yang terdapat pada bagian redaksional bertanggung jawab terhadap pekerjaannya sesuai dengan *job desk* yang sudah ditentukan.

Strategi yang dimiliki oleh *krjogja.com* tidaklah jauh berbeda dengan redaksi media yang dimiliki media lain. Namun dalam proses produksinya *krjogja.com* tidak ingin mengekor media-media lain. Sebagai media online lokal *krjogja.com* ingin menyajikan informasi yang bersifat lokal. Seperti yang ada pada edisi cetaknya yang lebih mengutamakan berita-berita yang berasal dari lokal Yogyakarta dan Jawa Tengah. Dengan mengusung slogan “*Dari jogja untuk dunia* “, *krjogja.com* ingin mengenalkan Yogyakarta dan Jawa Tengah untuk dapat dilihat oleh masyarakat luas. Karena dengan media internet yang tidak mengenal batasan jarak maka semua penduduk yang ada di dunia ini bisa mengaksesnya. Selain mengangkat berita lokal, *krjogja.com* juga mengangkat berita-berita nasional dan internasional walaupun presentasinya tidak sebanyak berita lokal.

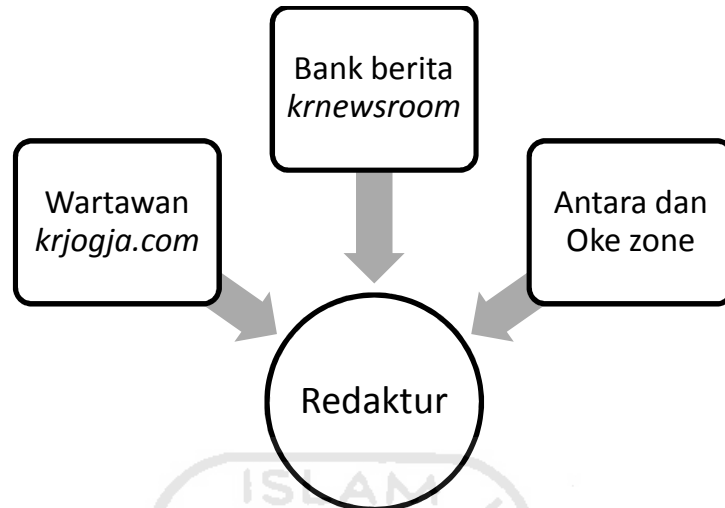
Dalam proses produksi berita dapat dibagi menjadi beberapa tahapan seperti : pencarian berita (*news gathering*), penulisan berita (*news writing*), pengeditan berita (*news editing*), dan penyajian berita (*news representing*).

*Pertama* adalah pencarian berita (*news gathering*). Menurut Widyo, *Dalam proses ini wartawan sebagai ujung tombak, yaitu orang yang bertugas untuk mencari fakta-fakta terbaru yang ada dilapangan.*<sup>88</sup> Wartawan diwajibkan mencari berita sebanyak-banyaknya minimal lima buah berita yang berbeda dalam waktu satu hari. *Krjogja.com* hanya memiliki tiga orang wartawan dilapangan dan mereka ditempatkan hanya didalam kota Jogja saja. Untuk mendapatkan informasi maupun fakta-fakta dilapangan untuk daerah Yogyakarta maupun Jawa Tengah, *krjogja.com* masih mengandalkan kepada wartawan yang dimiliki oleh media cetak yang tergabung dalam *KR Group*. Selain berita yang didapatkan dari lapangan, *krjogja.com* bekerjasama dengan media lain dalam mendapatkan sumber berita. Kerjasama yang dilakukan adalah dengan *Antara* dan *Oke Zone*.

---

<sup>88</sup>Widyo Suprayogi, Wawancara, 10 Januari 2012

Gambar 3.11  
Sumber Berita *krjogja.com*

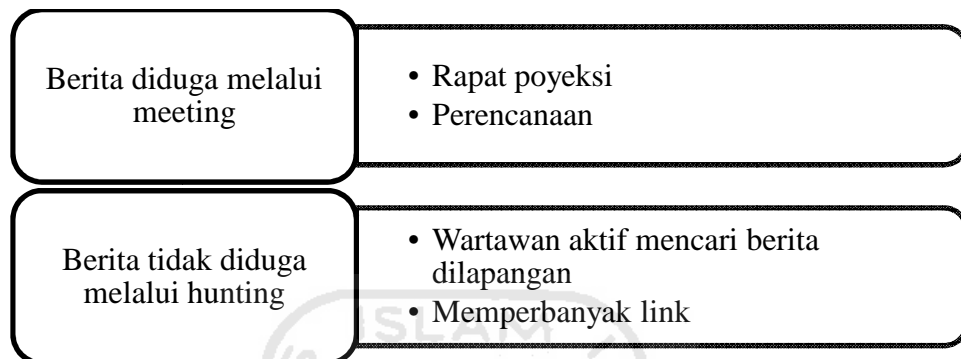


Dalam mencari berita dapat dilakukan dengan dua macam cara, yaitu penugasan liputan dan *hunting langsung*.<sup>89</sup> Pertama adalah penugasan liputan dari *news room* bisa saja pimpinan redaksi ataupun redaktur. Penugasan liputan ini dilakukan sesuai dengan agenda perencanaan pemberitaan yang telah ditetapkan dalam rapat perencanaan atau rapat proyeksi. Proses pencarian yang kedua dapat dilakukan dengan cara *hunting langsung* dilapangan mencari kejadian atau peristiwa. Proses pencarian berita seperti ini lebih sulit dibandingkan dengan penugasan yang dilakukan pimpinan redaksi atau redaktur, karena wilayah kerja yang luas dan tidak tahu dimana akan terjadi suatu peristiwa atau kejadian. Untuk mengatasi hal tersebut biasanya dengan cara memperbanyak *link*, dengan instansi pemerintahan, masyarakat, maupun sasame wartawan. Dengan memperbanyak *link* yang ada dimaksudkan untuk mempermudah dalam mencari data-data untuk dijadikan berita, biasanya link akan member tahu wartawan jika ada peristiwa atau kejadian dilapangan. Cara lainnya dalam mendapatkan berita adalah *standby* dikantor-kantor pemerintahan sesuai dengan desk masing-masing wartawan. Jika

<sup>89</sup>Ivan aditya, Wawancara, 10 Januari 2012

mendapat desk criminal maka biasanya akan selalu *standby* di kantor polisi dan mempunyai akses dengan polisi yang ada di daerah dimana bertugas.

Gambar 3.12  
Proses Pencarian Beritakrjogja.com



*Kedua* adalah penulisan berita (*news writing*). Setelah data-data didapatkan oleh wartawan maka tahap selanjutnya adalah proses penulisan menjadi sebuah berita. Charnley dan James M. Neal menuturkan berita adalah laporan tentang suatu peristiwa opini kecenderungan situasi kondisi interpretasi yang penting menarik masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak.<sup>90</sup> Data yang sudah disusun menjadi berita kemudian dikirimkan ke email redaksi beserta gambar atau foto yang ada. Menurut Emery, dilihat dari fungsinya, seperti halnya kata-kata, foto jurnalistik juga berfungsi untuk menginformasikan, meyakinkan dan menghibur.<sup>91</sup>

*Penulisan berita harus dilakukan sesegera mungkin oleh wartawan setelah mereka mendapatkan data-data yang cukup untuk dijadikan sebuah berita. Berita yang ditulis harus dilengkapi dengan gambar atau foto agar informasi yang disampaikan lebih lengkap sehingga para pembaca dapat mengetahui peristiwa atau isu melalui pemberitaan di media online tanpa harus melihat langsung di tempat terjadinya. Berita yang ditulis haruslah berita yang berimbang*

<sup>90</sup> Charnley dan James M. Neal dalam AS Haris Sumandiria "jurnalistikindonesia" (Bandung : Simbiosis Rekatama Media 2005) Hal 64

<sup>91</sup> AS Haris Sumandiria, Hal 79

*tidak memihak siapapun, tidak menambahi atau mengurangi fakta yang didapat dan akurat. Selain itu berita yang ditulis harus memenuhi unsur berita 5W+1H.*

Wartawan *krjogja.com* untuk menghasilkan minimal lima buah berita dalam sehari, karena yang membedakan media online dengan media lain adalah kecepatan dalam mendapatkan dan memperbaharui berita. Setelah mendapatkan data-data yang cukup untuk dijadikan berita maka sesegera mungkin disusun menjadi sebuah berita. Berita yang ditulis tidak memerlukan kedalaman, karena *krjogja.com* adalah media online maka berita yang ditulis bersifat seperti laporan langsung mengenai peristiwa dilapangan atau *straight news report*. Berita yang sudah jadi kemudian langsung dikirimkan ke email redaksi saat itu juga. Wartawan *krjogja.com* ditargetkan untuk mendapatkan minimal lima buah berita dalam sehari.

Untuk memudahkan dalam penulisan berita dan akses di ruang *newsroom*, setiap wartawan dibekali dengan *notebook*, *modem* dan *blackberry*. Pemberian fasilitas tersebut juga berguna saat wartawan berada dalam kondisi yang tidak memungkinkan untuk menulis berita, seperti dalam keadaan yang darurat atau wartawan diperintahkan untuk melaporkan terus menerus perkembangan suatu peristiwa kejadian ditempat tertentu. Jadi data-data yang dilapangan dapat dikirim melalui *telp,sms* ataupun *blackberry messenger* ke redaktur tanpa harus dirangkai menjadi sebuah berita. Berita yang sudah ditulis kemudian dikirimkan ke email redaksi *krjogja.com* yang selanjutnya kan diproses ke tahap berikutnya.

*Ketiga* adalah pengeditan berita (*news editing*). Menurut Danar Widyanto sebagai redaktur, *pengeditan berita dilakukan secepat mungkin oleh redaktur ketika ada berita yang masuk ke email redaksi.*<sup>92</sup> Hal tersebut berguna untuk memberikan informasi yang selalu *up-date* kepada pembaca. *Krjogja.com* memiliki empat orang redaktur yang memiliki

---

<sup>92</sup>Danar Widyanto, Wawancara, 10 januari 2012

tugas yang sama tetapi mereka biasanya memegang rubrik yang berbeda tergantung pembagian tugas yang telah dilakukan oleh redaktur pelaksana.

Pengeditan tidak hanya sebatas menambahkan atau mengurangi tanda baca pada isi berita, namun kadang kala redaktur juga melakukan penulisan ulang berita karena tidak semua wartawan yang dimiliki dapat menulis berita yang ideal. Pengeditan bertujuan untuk mendapatkan berita-berita yang dan sesuai dengan yang diinginkan. Selain itu pengeditan juga berguna untuk memilah atau menyeleksi berita mana yang layak untuk diterbitkan dan yang tidak layak akan dibuang.

Dalam penyeleksian berita yang akan dimuat tergantung dari jam terbang yang dimiliki oleh seorang redaktur. Untuk menentukan berita layak atau tidak kadang juga diadakan diskusi dengan pimpinan redaktur, redaktur pelaksana, dan beberapa redaktur. Diskusi dilakukan secara spontanitas karena dalam news room mereka bekerja dalam satu meja dan memungkinkan mereka untuk bertukar pikiran mengenai kelayakan berita dan pemilihan berita yang akan dijadikan berita utama.

*Keempat* adalah penyajian berita (*news representing*). Penyajian berita dilakukan secepat mungkin setelah berita tersebut dianggap layak untuk diterbitkan, karena *krjogja.com* merupakan media online yang mempunyai sifat selalu memiliki kecepatan dalam memperbarui informasi. Proses pengunggahan berita dilakukan sendiri oleh redaktur setelah melakukan proses editing. Dalam pemberitaan, *krjogja.com* selalu melakukan pembaruan berita menurut perkembangan peristiwa yang sedang terjadi di lapangan. Misalnya terjadi kebakaran di sebuah bandara maka *krjogja.com* akan selalu memberikan pembaruan berita sesuai dengan fakta yang berkembang di lapangan.



Gambar 4.10

## Proses Pemberitaankrjogja.com



(Sumber : Ivan, Wawancara 27 Desember 2011)

### C. Perbandingan Manajemen Redaksional *solopos.com* dan *krjogja.com*

Dalam pembahasan kali ini akan dibahas perbandingan antara *solopos.com* dan *krjogja.com* dengan cara membandingkan antara kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh kedua media tersebut. Kemudian kelebihan dan kelemahan tersebut dianalisa dengan teori yang relevan

#### 1. Perbandingan antara *solopos.com* dan *krjogja.com*

Tabel 4.1

Perbandingan *solopos.com* dan *krjogja.com*

No	Faktor Pemanding	<i>Solopos.com</i>	<i>Krjogja.com</i>
1	Perencanaan pemberitaan	Masih menjadi satu dengan harian <i>solopos</i>	Perencanaan dilakukan sendiri oleh <i>krjogja.com</i>

2	Sumber daya manusia	Tidak mempunyai wartawan sendiri	Hanya mempunyai empat orang wartawan saja.
3	Pengawasan	Dilakukan langsung oleh pimpinan	Dilakukan langsung oleh pimpinan
4	Evaluasi	Masih menjadi satu dengan harian <i>solopos</i>	Seminggu sekali
5	Pencarian dan penulisan berita	Dilakukan wartawan harian <i>solopos</i> .	Dilakukan wartawan <i>krjogja.com</i>
6	Editing berita	Dilakukan redaktur dibantu oleh pengelola halaman	Dilakukan oleh redaktur
7	Penyajian berita	Dilakukan oleh staff up-loader	Dilakukan oleh redaktur

Perbandingan antara *solopos.com* dan *krjogja.com* adalah untuk mengetahui persamaan maupun perbedaan yang ada dalam redaksional kedua media tersebut dengan cara membuat faktor perbandingan. Perbandingan antara *solopos.com* dan *krjogja.com* antara lain adalah dalam perencanaan pemberitaan *solopos.com* masih menjadi satu dengan perencanaan yang dilakukan oleh harian *solopos*. Pada *krjogja.com* perencanaan dilakukan oleh bagian redaksional yang di pimpin langsung oleh pimpinan redaksional. Perbandingan selanjutnya adalah sumber daya manusia yang dimiliki. Pada *solopos.com* tidak memiliki wartawan dan sumber daya manusia yang ada pada *newsroom* hanya berjumlah empat orang saja, pada *krjogja.com* memiliki sumber daya manusia seperti pimpinan redaksi, sekretaris, redaktur pelaksana, redaktur dan wartawan.

Pengawasan pada *solopos.com* dan *krjogja.com* dilakukan sendiri oleh pimpinan. Pengawasan dilakukan secara langsung terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh bawahannya. Evaluasi pada *solopos.com* dilakukan masih

menjadi satu dengan versi cetaknya sementara pada *krjogja.com* dilakukan seminggu sekali yang biasanya pada hari Kamis. Pencarian dan penulisan berita pada *solopos.com* dilakukan oleh wartawan *solopos* hal ini disebabkan karena pada *solopos.com* tidak mempunyai wartawan sendiri. Pada *krjogja.com* pencarian dan penulisan dilakukan sendiri oleh wartawannya. Proses editing berita pada *solopos.com* dilakukan oleh redaktur yang dibantu oleh pengelola halaman, pada *krjogja.com* proses editing dilakukan oleh redaktur. Penyajian berita pada *solopos.com* dilakukan oleh staff up-loader, pada *krjogja.com* dilakukan oleh redaktur.

## 2. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunity, threat*) merupakan metode yang biasa digunakan untuk menganalisa faktor kelebihan maupun kelemahan yang juga termasuk peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan.

### a. Analisis SWOT *solopos.com*

Kekuatan (*strenght*) yang dimiliki oleh *solopos.com* menjadi senjata dalam melakukan proses produksi dan menjaring banyak pengunjung. Kekuatan yang dimiliki antara lain, *solopos.com* memiliki sumber daya manusia berkompeten pada bidangnya. Seperti redaktur merupakan orang yang mempunyai insting jurnalistik yang bagus terhadap pemilihan berita dan biasanya redaktur bermula dari wartawan. Kekuatan yang lain adalah, *solopos.com* dalam pemberitaan di *back-up* oleh harian cetaknya. Hal ini dapat menjadi faktor kekuatan karena harian *solopos* merupakan koran lokal yang menjadi andalan warga masyarakat Solo Raya.

Kelemahan (*weakness*) merupakan faktor yang menjadi hambatan dalam melakukan aktivitas produksi pada *solopos.com*. Kelemahan yang dimiliki antara lain adalah, keterbatasan jumlah SDM pada divisi redaksional. *Solopos.com* hanya memiliki empat orang sumber daya manusia yang berada di *newsroom*. Hal tersebut menjadi kelemahan

karena sering terjadi tumpang tindih dalam proses produksi. Kelemahan yang lain adalah tidak mempunyai wartawan sendiri. Wartawan *solopos* juga merupakan wartawan *solopos.com*, hal ini yang menjadi penghambat dalam produksi berita dan sistem kerja wartawan masih mengikuti pola cetak yang tidak langsung mengirimkan berita setelah mendapatkan data-data di lapangan. Masih menjadi satu manajemen dengan versi cetak juga menjadi kelemahan yang dimiliki *solopos.com*. Hal tersebut menjadikan *solopos.com* tidak bisa berkembang menjadi media yang besar.

Peluang (*opportunity*) yang dimiliki adalah, *solopos.com* merupakan perwujudan digital dari harian *solopos*. Hal ini yang menjadi peluang karena banyak warga masyarakat Solo dan sekitarnya yang berada di luar daerah yang tidak terjangkau oleh *solopos* dapat mengetahui informasi dari daerah asalnya dengan mengakses *solopos.com*.

Ancaman (*threat*) biasanya berasal dari luar perusahaan. Ancaman yang dihadapi *solopos.com* adalah makin menjamurnya media sejenis. Hal ini menjadi ancaman bagi *solopos.com* jika tidak memberikan apa yang diinginkan oleh para pembaca.

Gambar 3.14  
Analisis SWOT *solopos.com*

#### Kekuatan

- Mempunyai SDM yang berkompeten pada bidangnya.
- Di *back-up* versi cetaknya

#### Kelemahan

- Keterbatasan jumlah SDM.
- Tidak mempunyai wartawan sendiri.
- Masih menjadi satu manajemen dengan versi cetaknya.

#### Peluang

- *Solopos.com* merupakan anak perusahaan *solopos* yang secara tidak langsung memiliki citra yang baik dikalangan masyarakat.
- Banyaknya warga masyarakat solo yang berada di luar solo untuk mengetahui daerah asalnya.

#### Ancaman

- Banyaknya media sejenis yang mulai bermunculan.

## **b. Analisis SWOT *krjogja.com***

Kekuatan yang dimiliki oleh *krjogja.com* adalah mempunyai sumber daya manusia yang dapat diandalkan dalam produksi. Seperti, wartawan yang diambil adalah lulusan dari perguruan tinggi khusus jurusan jurnalistik. Redaktur yang dimiliki adalah wartawan senior yang telah mempunyai banyak pengalaman di lapangan. Kekuatan lain adalah, *krjogja.com* merupakan media yang berdiri sendiri yang tidak terpengaruh dengan kebijakan yang diterapkan pada media cetak. Keuntungannya adalah *krjogja.com* bisa mengolah berita sesuai dengan apa yang diinginkan perusahaan. Kekuatan lainya adalah dalam memperoleh sumber berita, *krjogja.com* dapat mengambil dari berita yang berasal dari *KR Group*.

Kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh *krjogja.com* adalah jumlah sumber daya manusia pada wartawan yang sedikit. Wartawan yang dimiliki hanya berjumlah empat orang yang ditempatkan di kota Yogyakarta saja. Untuk mengatasi kendala tersebut, *KR Group* menyediakan bank berita yang disebut dengan *krnewsroom*. *Krnewsroom* merupakan bank berita yang dapat di akses oleh media yang masih satu turunan dengan *KR Group*.

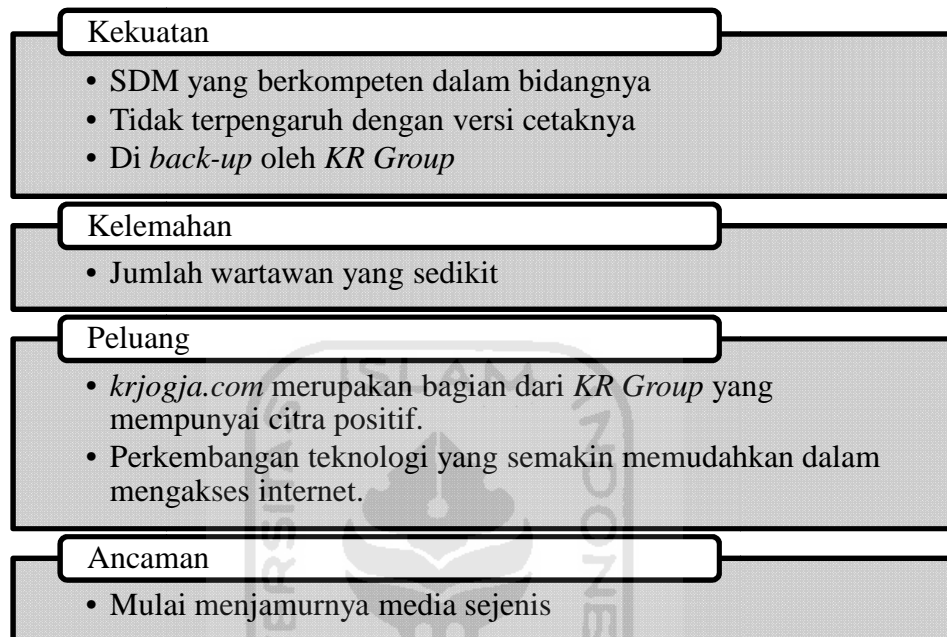
Peluang (*opportunity*) yang dimiliki adalah *krjogja.com* merupakan satu produk dari *KR Group*. Hal tersebut menjadi peluang yang dimiliki karena *KR Group* mempunyai pencitraan yang positif dan mendapat tempat khusus di hati masyarakat DIY dan sekitarnya. Peluang lainya adalah Yogyakarta adalah kota pelajar yang sangat *familliar* dengan teknologi. Hal tersebut menjadi peluang karena *krjogja.com* dapat di akses hampir seluruh penduduk Yogyakarta dan sekitarnya.

Ancaman (*threat*) adalah banyak bermunculan media yang sejenis. Hal ini disebabkan karena perkembangan teknologi dalam bidang informasi yang semakin pesat. Ancaman akan menjadi hal yang serius bagi perusahaan jika tidak diantisipasi dari awal. Pembaca akan memilih media lain yang dapat memberikan apa yang mereka mau. Solusi untuk

mengatasi hal tersebut adalah dengan melakukan inovasi dan memberikan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat.

Gambar 1.15

Analisis SWOT *krjogja.com*



## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab ini merupakan kesimpulan untuk penelitian tentang manajemen redaksional media online yang berbasis pada media cetak antara *solopos.com* dan *krjogja.com*. Dalam bab ini berisi paparan kesimpulan yang didapat peneliti setelah melakukan penelitian di *solopos.com* dan *krjogja.com*. Selain kesimpulan, dalam bab ini juga akan memaparkan keterbatasan penelitian yang dihadapi oleh peneliti serta saran untuk meningkatkan lagi kinerja media online *solopos.com* dan *krjogja.com*.

#### **A. Kesimpulan**

*Solopos.com* dan *krjogja.com* merupakan media pers yang lahir dari media cetak dan hadir sebagai jawaban terhadap perkembangan teknologi informasi yang semakin maju. Hampir sama dengan induknya sebagai koran lokal, *solopos.com* dan *krjogja.com* juga mengusung konsep lokal dalam hal pemberitaan.

*Solopos.com* merupakan perwujudan versi digital dari harian *Solopos*, berita yang dihasilkan merupakan berita yang hampir mirip dengan apa yang ada di media cetak. *solopos.com* berada dalam satu manajemen dengan harian *Solopos*, jika dilihat dari struktur organisasi *solopos.com* setara dengan redaktur kota yang ada dalam harian *solopos*. *Solopos.com* hanya memiliki sumber daya manusia pada *newsroom* saja yang terdiri dari dua orang redaktur, satu orang pengelola halaman dan satu orang uploader. Sedangkan *krjogja.com* merupakan perusahaan pers yang berdiri sendiri yang tidak terpengaruh dengan versi cetaknya. *Krjogja.com* memiliki struktur organisasi yang terdiri dari satu orang pimpinan redaksi, satu orang redaktur pelaksana, satu orang sekretaris redaksi, empat orang redaktur dan empat orang wartawan di kota Yogyakarta.

## 1. Proses Manajemen Redaksional Media Onlinesolopos.com dan krjogja.com

Proses manajemen redaksional yang dilakukan adalah lebih kepada strategi yang diterapkan oleh *solopos.com* dan *krjogja.com*. Proses manajemen dapat dibedakan menjadi empat bagian, yaitu riset media, perencanaan, mengolah sumber daya dan pengawasan-evaluasi.

*Pertama* adalah riset media yang dilakukan oleh *solopos.com* maupun *krjogja.com* adalah dengan menggunakan cara dan metode yang sama, yaitu dengan menghitung berapa banyak pengunjung yang membuka *solopos.com* maupun *krjogja.com*, selain itu pesan yang ditinggalkan pengunjung dapat digunakan untuk melakukan perbaikan.

*Kedua* adalah proses perencanaan yang terdapat pada *solopos.com* dan *krjogja.com* hampir sama yaitu membuat perencanaan mengenai pengembangan potensi sumber daya manusia yang dimiliki. Perbedaannya adalah *solopos.com* tidak memiliki perencanaan pemberitaan sendiri karena masih mengikuti perencanaan pada harian *solopos*. Sedangkan pada *krjogja.com* perencanaan pemberitaan dilakukan sendiri pada bagian redaksional.

*Ketiga* adalah mengolah sumber daya yang dilakukan *solopos.com* dan *krjogja.com* yaitu memanfaatkan sumber daya manusia secara efektif dan pemberian pelatihan-pelatihan jurnalistik pada sumber daya manusia yang bertujuan untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan tambahan. Perbedaannya terletak pada sumber daya peralatan yang diberikan, karyawan *solopos.com* mendapatkan satu unit PC yang terhubung dengan internet sedangkan untuk *krjogja.com* karyawan juga mendapatkan PC yang terhubung dengan internet dan satu buah *blackberry* sebagai alat komunikasi.

*Keempat* adalah proses pengawasan dan evaluasi baik yang dilakukan antara *solopos.com* dan *krjogja.com* hampir sama karena dengan cara pengawasan langsung terhadap kinerja staff yang dimiliki. Sedangkan



untuk evaluasi dilakukan dengan melihat hasil yang diperoleh setelah produksi kemudian akan dilakukan rapat evaluasi. Perbedaannya adalah *solopos.com* tidak mempunyai agenda rapat evaluasi sendiri, rapat evaluasi dilakukan bersama-sama dengan harian *Solopos*. Sedangkan pada *krjogja.com* rapat evaluasi diadakan seminggu sekali.

## 2. Proses Pemberitaan pada *solopos.com* dan *krjogja.com*

Dalam proses pemberitaan dapat dibagi kedalam beberapa bagian seperti, pencarian berita, penulisan berita, editing berita, dan pengunggahan berita.

*Pertama* adalah pencarian berita. Pencarian berita pada *solopos.com* maupun *krjogja.com* dilakukan oleh wartawan setelah mendapatkan penugasan liputan atau wartawan berinisiatif sendiri mencari berita dilapangan. Perbedaannya terletak pada wartawan yang dimiliki, *solopos.com* tidak memiliki wartawan sendiri dan mengandalkan wartawan yang dimiliki harian *solopos*. Sedangkan pada *krjogja.com* mempunyai wartawan sendiri, walaupun jumlahnya hanya empat orang yang ditempatkan di kota Yogyakarta.

*Kedua* adalah penulisan berita. Penulisan berita dilakukan oleh wartawan setelah mendapatkan bahan berita. Untuk mendapatkan berita-berita yang tidak dapat diakses oleh wartawan, *solopos.com* maupun *krjogja.com* melakukan kerjasama dengan media lain. *Solopos.com* berlangganan dengan *Antara* dan *Reuters* sedangkan *krjogja.com* berlangganan *Antara* dan *Oke Zone*.

*Ketiga* adalah pengeditan berita. Pengeditan berita baik pada *solopos.com* maupun *krjogja.com* dilakukan oleh redaktur. Perbedaannya pada *solopos.com* berita yang diedit hanya sebatas pengkoreksian tanda baca dan tidak merubah materi berita. Sedangkan pada *krjogja.com* dalam melakukan pengeditan berita tidak sebatas hanya membetulkan tulisan maupun tanda baca, namun jika perlu berita akan di tulis ulang agar berita layak untuk dimuat dalam web *krjogja.com*.

*Keempat* adalah pengunggahan berita. Pengunggahan berita pada *solopos.com* dilakukan oleh uploader. Uploader merupakan staf khusus yang ditugaskan untuk mengunggah berita yang telah diedit dan dinyatakan layak untuk dimuat. Selain itu tugas lain dari uploader adalah melengkapi berita yang telah di edit dengan ilustrasi atau gambar. Pengunggahan berita pada *krjogja.com* dilakukan sendiri oleh redaktur, jadi tugas redaktur tidak hanya mengedit berita saja namun juga menentukan kelayakan berita dan melakukan pengunggahan setelah berita dinyatakan layak.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tentunya masih terdapat beberapa kekurangan, salah satunya peneliti mengalami banyak hambatan dalam proses pengumpulan data. Data yang diperoleh merupakan data sekunder yang berasal dari wawancara pengamatan singkat pada objek yang diteliti. Selain itu dalam meneliti peneliti juga belum mempunyai waktu yang banyak melakukan pengamatan secara mendalam oleh masing masing objek sehingga data yang didapat oleh peneliti menjadi terbatas. Kondisi tersebut berdampak pada proses pengumpulan data yang tidak intens dan kurang maksimal.

Penelitian ini tidak dapat digunakan untuk digeneralisasikan pada kasus yang sama di wilayah yang berbeda. Perbedaan sosial dan budaya pada objek penelitian akan menghasilkan penemuan penelitian yang berbeda pula. Tegasnya, perbedaan objek penelitian yang berbeda maka akan menghasilkan data yang berbeda pula.

## **C. Saran Praktis**

### **1. Untuk Perusahaan *solopos.com***

Peneliti menyarankan kepada perusahaan *solopos.com* untuk membuat manajemen redaksional yang terpisah dari harian *Solopos*. Hal ini akan berdampak positif terhadap perkembangan perusahaan karena akan lebih *independent* dalam melakukan pemberitaan.

Peneliti menyarankan kepada perusahaan *solopos.com* untuk melakukan riset terhadap media. Hal ini agar bertujuan untuk mengetahui

kelebihan dan kelemahan sehingga dapat digunakan untuk merumuskan strategi agar kedepannya lebih baik lagi.

Peneliti menyarankan kepada perusahaan *solopos.com* untuk menambah sumber daya manusia yang dimiliki khususnya dalam newsroom. Hal ini agar tidak terjadi penumpukan berita yang akan diedit, padahal sifat media online adalah kecepatan dalam hal *up date* berita.

Peneliti menyarankan kepada perusahaan *solopos.com* untuk menambah lagi satu bidang pada srtuktur organisasi yaitu wartawan. Hal ini akan berdampak pada kecepatan dalam *up-dating* informasi yang disampaikan serta dapat mencakup peristiwa atau kejadian yang lebih komplit dalam suatu wilayah tertentu.

## **2. Untuk Perusahaan *krjogja.com***

Peneliti menyarankan kepada perusahaan *krjogja.com* untuk melakukan riset terhadap media. Hal ini agar bertujuan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan sehingga dapat digunakan untuk merumuskan strategi agar kedepannya lebih baik lagi.

Peneliti menyarankan kepada perusahaan *krjogja.com* menambah lagi sumber daya manusia pada bidang wartawan. Hal ini akan berdampak kepada kelengkapan informasi yang disampaikan dalam suatu wilayah.

Peneliti menyarankan kepada perusahaan *krjogja.com* untuk memberikan pelatihan kewartawanan atau studi banding ke media lain agar kualitas karyawan yang dimiliki semakin lebih baik lagi.

## **D. Saran Akademis**

Penelitian ini dapat digunakan untuk pembelajaran bermedia dalam program studi komunikasi tentang obyek yang diteliti. Penelitian juga dapat dijadikan wacana akademik dalam pembelajaran maupun acuan penelitian selanjutnya. Penelitian ini memungkinkan untuk dilanjutkan dengan penelitian yang lebih spesifik dan mendalam dengan melibatkan unsur-unsur lainyadalam setiap manajemen media.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Abede pareno, Sam. 2003. *Manajemen Berita “Antara Idealisme dan Realita”*. Surabaya: Papyrus,.
- DjuROTO, Totok. 2000. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.
- DjuROTO, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.
- Fink, ConradC 1996 *Strategic Newspaper Management*. Georgia : A Simon and Schuster Company
- Handoko, T. Hani. 1994. *Manajemen Edisi II*. Yogyakarta : BPFE
- Hasibuan, Malayu. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu S.P.1984. *Manajemen Dasar: Pengertian dan Masalah* Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Koentjaraningrat, 1991. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Matra, Ida Bagoes. 2004. *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Muhtadi, Asep Saiful. 1999. *Jurnalistik : Pendekatan Teori dan Praktik*, Jakarta : Logos Wacana Ilmu.
- Mulyana, Dedy. 2001 *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.

- Morissan. 2004. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Bogor Selatan : Ghalia Indonesia.
- Morissan.2008.*Manajemen Media Penyiaran :Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta : Prenada Media Group
- Nawawi, H . Hadari dan H.M. Martini Hadari. 1989. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Saeful Muhtadi, Asep. 1999. *Jurnalistik : Pendekatan Teori dan Praktik*. Jakarta : Logos Wacana Ilmu
- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Tiara Wacana.
- Santana K, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- Stoner A.F, James . 1986. *Manajemen Jilid 1*, Edisi Kedua. Jakarta : Airlangga.
- Suhadang, Kustadi. 2000. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung : Nuansa
- Sumandiria,AS Haris.2006. *Jurnalistik Indonesia:Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

#### **Sumber Internet :**

- <http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen.html>. (diakses tanggal 27 October 2010)
- [http://id.wikipedia.org/wiki/Surat\\_kabar\\_online](http://id.wikipedia.org/wiki/Surat_kabar_online). (diakses 14 nov 2011)
- <http://id-id.facebook.com/solopos.com> (diakses 7 Januari 2012)
- <http://id-id.facebook.com/krjogja.com> (diakses 7 Januari 2012)
- <http://www.alexa.com/siteinfo/krjogja.com#> (diakses 8 Febuari 2012)
- <http://www.alexa.com/siteinfo/solopos.com#> (diakses 8 Febuari 2012)

**Sumber Skripsi :**

Rais Bawapratama, Choky, *“Konvegensi Media dan Perubahan dalam Manajemen SDM Media : Study Deskriptif SDM Bagian Redaksi Harian Solopos”*. (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta 2011)

**Sumber Wawancara :**

Bambang, Anif, Redaktur Solopos.com, wawancara tanggal 4 Januari dan 7 Februari 2012

Cahyono, Budi, Web Master Solopos.com, wawancara tanggal 7 Februari 2012

Fajar Setiadi, Arif, Pengolah Halaman Solopos.com, wawancara tanggal 7 Februari 2012

Sulistyawati, Anik, Redaktur Solopos.com, wawancara tanggal 7 Februari 2012

Suprayogi, Widyono, Pimpinan Redaksional Krjogja.com, wawancara 26 Desember 2011 dan 10 Januari 2012

Aditya, Ivan, Redaktur Krjogja.com, wawancara tanggal 10 Desember 2012

Widyanto, Dinar, Redaktur Krjogja.com, wawancara tanggal 10 Desember 2012





## Company Profile

### *Krjogja.com*

#### A. Tentang *krjogja.com*

**KRjogja.com** merupakan portal online daerah yang berfokus pada pembaca Indonesia baik yang berada di tanah air maupun yang tinggal di luar negeri. Berita **KRjogja.com** diupdate selama 24 jam.

**KRjogja.com** memiliki beragam konten berita daerah terdiri dari Yogyakarta, Jawa Tengah, Nasional, Internasional, Eksbis, Pendidikan, Sport, Lifestyle, wisata, Teknologi dan konten konsultasi penanggala.

**KRjogja.com** diluncurkan pada tanggal 1 juni 2009 dan merupakan cikal bakal bisnis online pertama milik **PT.BP. Kedaulatan Rakyat Group**. Pembaca **KRjogja.com** meliputi profesional, karyawan kantor, pengusaha, politisi, pelajar, dan ibu rumah tangga.

Konten berita **KRjogja.com** ditulis singkat, padat dan dinamis sebagai respon terhadap tuntutan masyarakat yang semakin efisien dalam membaca berita. Selain itu konsep portal online juga semakin menjadi pilihan masyarakat karena sifatnya up-to-date dan melaporkan kejadian peristiwa secara instant pada saat itu juga sehingga masyarakat tidak perlu menunggu sampai esok harinya untuk membaca berita yang terjadi. Prosedur kami adalah melaporkan setiap kejadian secepatnya.

#### B. Bagian Redaksi *krjogja.com*

##### **Penasihat :**

Drs. HM. Idham Samawi

##### **Pemimpin Umum :**

dr. Gun Nugroho Samawi

##### **Penanggung Jawab :**

Sugeng Wibowo, SH.

##### **Pemimpin Redaksi :**

Widyo Suprayogi



**Redaktur Pelaksana :**

Bambang Murdoko

**Redaktur :**

Tomi Sujatmiko

Ivan Aditya

Agus Sigit

Danar Widiyanto

**Reporter :**

Fira Nurfiani

Rani Dwi Lestari

Deni Hermawan

**Sekretaris Redaksi :**

Nevita Kumalasari

**Alamat Redaksi :**

Jl. P. Mangkubumi No. 40 - 46

Yogyakarta

Telp. (0274) 550892 / Fax . (0274) 550890

**Email :**

redaksi@krjogja.com

**Homepage :**

www.krjogja.com

**SALES CONTACT**

Untuk informasi pemasangan iklan dan pemesanan khusus kreatif iklan dapat menghubungi marketing krjogja.com melalui :

Nevita

**KANTOR BIRO DAN PERWAKILAN****Jakarta :**

Jl. Utan Kayu No.104 B

Jakarta Timur - 13120



Telp. (021) 8563602, Faks.(021) 8500529

**Semarang :**

Jl. Lampersari No.62 Semarang

Telp. (024) 8315792,8448622

**Klaten & Boyolali :**

Jl. Pandanaran Ruko No. 2-3

Bendogantungan Klaten

Telp. (0272) 322756

**Surakarta :**

Jl. Bayangkara No. 13 (lama No. 42)

Surakarta - 57141

Telp. (0271) 718015

**Kulon Progo :**

Komplek Ruko Gowok 29- Wates

Telp. (0274) 774738

**Gunung Kidul :**

Jl. Sri Tanjung No. 4 Purwosari

Telp. (0274) 393562, 394707

**Kedu Selatan :**

Jl. Veteran Blok A Kav.6 Purworejo Plaza

Purworejo, telp. (0275)321848

**Purwokerto :**

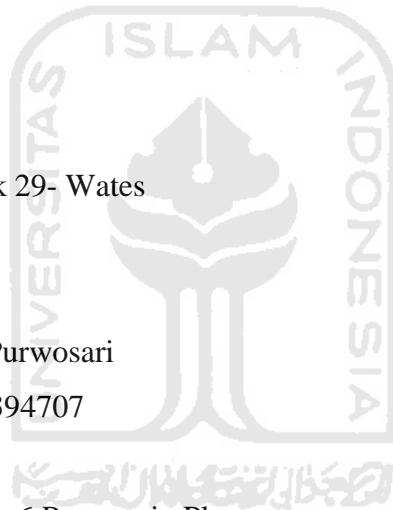
Jl. Prof. Moh. Yamin No. 5

Purwokerto. Telp. (0281) 622244

**Kedu Utara :**

Jl. Achmad Yani No. 9 - Magelang

Telp. (0293) 363552, 362502



## Company Profile

### *SOLOPOS*

#### A. Tentang *Solopos*

Kota Solo memiliki sejarah panjang dalam perkembangan pers, dan menjadi bagian dari sejarah perkembangan pers di Indonesia. Bahkan berdasarkan sejumlah penelitian, salah satu koran tertua di Indonesia terbit di Solo yaitu *Bromartani* pada 1855.

Kota Solo juga menjadi tonggak perkembangan pers di Indonesia setelah menjadi lokasi kongres pertama wartawan Indonesia yang menghasilkan berdirinya organisasi pers pertama di era kemerdekaan yaitu Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) pada 9 Februari 1946. Tempat penyelenggaraan kongres yaitu gedung Societeit atau gedung perkumpulan milik Mangkunegaran kemudian diresmikan sebagai Monumen Pers Nasional pada 9 Februari 1978.

Adalah Sukamdani Sahid Gitosardjono, pengusaha nasional yang dikenal antara lain karena jaringan usaha hotelnya, yang juga pendiri harian bisnis nasional *Bisnis Indonesia* di Jakarta yang mencetuskan ide untuk kembali menerbitkan koran yang berbasis di Solo. Menurutnya, memang ironis jika Solo sebagai sebuah kota tempat tumbuh dan berkembangnya pers nasional justru selama itu masih belum menjadi ladang yang subur bagi media untuk tumbuh dan bertahan.

Sukamdani juga menegaskan, sebagai pengusaha yang lahir dan besar di kawasan eks Karesidenan Surakarta, dirinya melihat potensi perekonomian Kota Solo sangat besar. Solo yang merupakan kota kedua terbesar di Jawa Tengah adalah pusat bisnis lokal yang selalu ramai dan menurut rencana pemerintah pusat saat itu diarahkan menjadi pusat bisnis baru yang bervisi internasional.

Melihat potensi ini, maka diputuskan untuk merealisasikan gagasan membangun penerbitan pers di Solo. Berbekal pengalaman mengelola harian *Bisnis Indonesia* di Jakarta yang berdiri sejak 14 Desember 1985, diajukanlah permohonan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) sesuai ketentuan waktu itu kepada Menteri Penerangan. Selanjutnya seraya menunggu proses perizinan berjalan, langkah persiapan pun ditempuh

Persiapan penerbitan *SOLOPOS* berlangsung selama enam bulan dan pada akhirnya setelah SIUPP terbit, *SOLOPOS* secara resmi menyapa warga Soloraya pada 19 September 1997. Tahun pertama kehidupan *SOLOPOS* diwarnai krisis ekonomi berkepanjangan di tingkat dunia yang mempengaruhi pula situasi politik dan ekonomi nasional.

*SOLOPOS* selanjutnya berkembang menjadi sebuah kelompok usaha media yang sinergis dan saling menunjang. Usaha-usaha yang dikembangkan selanjutnya adalah percetakan PT Solo Grafika Utama, radio *SOLOPOS FM*, Harian Jogja (terbit di Jogja dan kini menjadi koran lokal kedua terbesar di kawasan DIY) serta media online yaitu *SOLOPOS.com* serta koran yang menyasar segmen kelas menengah ke bawah yaitu *Koran O*.

(Sumber : *buku peringatan 10 tahun SOLOPOS: Satu Dasawarsa Meningkatkan Dinamika Masyarakat oleh tim penyusun SOLOPOS, diterbitkan Harian Umum SOLOPOS, September 2007*)

## **B. Data Media Solopos**

SOLOPOS Diterbitkan Oleh PT. Aksara Solopos

Surat Izin : SK Menpen No. 315/SK/MENPEN/SIUPP/12 Agustus 1997

### **Pemimpin Umum**

Prof Dr H Sukamdani S Gitosardjono

**Wakil Pemimpin Umum**

Danie H Soe' oed

**Pemimpin Redaksi**

Adhitya Noviardi

**Pemimpin Perusahaan**

Bambang Natur Rahadi

**Redaktur Pelaksana**

Anton Wahyu Prihartono

**Redaktur Senior**

Mulyanto Utomo

**Sekretaris Redaksi**

Sri Handayani

**Redaktur**

Alvari Kunto Prabowo, Anik Sulistyawati, Astrid Prihatini Wisnu Dewi, Fadjar Roosdianto, Haryono Wahyudiyanto, Mugi Suryana, Rahmat Wibisono, Rini Yustiningsih, Riyanta, Syifaul Arifin, Yonantha Chandra Premana, R Bambang Aris

**Kabag Litbang & Pusdok**

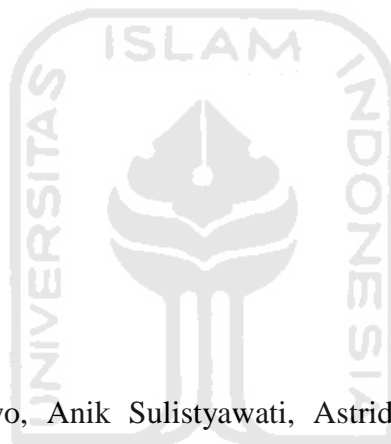
Sholahuddin

**Manager Iklan**

Muryati Setyandari

**Manager EO**

Amir Tohari



**Manager Sirkulasi**

Dwiwara Murdi Santosa

**Staf Redaksi Solo**

Aeranie Nur Hafnie, Akhmad Ludyanto, Aries Susanto, Danang Nur Ihsan, Dina Ananti, Esmasari Widyaningtyas, Eny Widiastuti, Eri Maryana, Hanifah Kusumastuti, Ichwan Prasetyo, Iskandar, Ivan Indrakesuma, Ahmad Mufid Aryono, Kaled Hasby Ashshidiqy, Suharsih, Nikan Ari P, Tika Sekar Arum, Tri Wiharto, Tri Rahayu, Tutut Indrawati

**Staf Redaksi Boyolali:**

Yus Mei Sawitri, Farida Trisnaningtyas

**Staf Redaksi Karanganyar**

Damar Sri Prakoso, Triyono

**Staf Redaksi Sragen**

Ponco Suseno, Tri Rahayu

**Staf Redaksi Sukoharjo**

Ayu Prawitasari, Rohmah Ermawati, Lutfiah

**Staf Redaksi Wonogiri**

Trianto Hery Suryono, Suharsih

**Staf Redaksi Klaten**

Heriyono Adi Anggoro

**Staf Redaksi Grobogan**

Arif Fajar S

**Staf Redaksi Semarang**

Insetyonoto

**Wartawan Foto**

Agoes Rudianto, Burhan Aris Nugraha, Ratna Puspita Dewi, Sunaryo Haryo Bayu

**Alamat Redaksi / Perusahaan**

Griya SOLOPOS Jln. Adisucipto No.190 Solo 57145 Telp (0271) 724811  
(hunting) Faks Redaksi (0271) 724833 Faks. Perusahaan : (0271)724850

**Pengaduan Iklan & Sirkulasi**

(0271) 724811

**Perwakilan Jakarta**

Wisma Bisnis Indonesia Lt 6 Jl. S Parman Kav. 12-13 Slipi Jakarta Telp (021) 5304016 (hunting) Faks (021) 5305869, Iklan : Hafiz, Telp (021) 5304016 ext 566 Faks (021) 5305868

**Perwakilan Semarang**

Jl. Sompok Baru No 79 Telp (024) 8442852

**Perwakilan Salatiga**

Jl Nanggulan 46, Kutowinangun, Tingkir, Salatiga, Telp (0298) 312041

**Rekening Bank**

Bank BCA Cabang Singosaren 153-0194708, Bank BNI Cabang Slamet Riyadi No. Rek. 28035567

## **Interview dengan pimpinan redaksi *krjogja.com***

Widyo Prayogi

**Tanya :** Bagaimana latar belakang berdirinya *krjogja.com* ?

**Jawab :** Tuntutan zaman. Memperkuat dari armada dari KR group terutama dalam media cyber

**Tanya :** Bagaimana cara kerja pada divisi redaksional *krjogja.com*?

**Jawab :** Cara kerjanya sama seperti layaknya redaksi di media lain, mekanismenya pagi ada penugasan kemudian reporter ke lapangan. setelah reportase, reporter kirim hasil liputan yang kemudian masuk di bank berita kemudian naskah diedit oleh redaktur setelah itu baru di upload untuk terbit.

**Tanya :** Seperti apa strategi manajemen pemberitaan yang diterapkan *krjogja.com*?

**Jawab :** *krjogja.com* tidak ingin mengekor media online lain, karena *krjogja.com* lebih megedepankan berita-berita lokal jogja dan jawa tengah khususnya tapi meskipun tidak menutup kemungkinan berita nasional dan internasional juga kita muat tapi *krjogja.com* lebih menitik beratkan pada berita-berita lokal.

**Tanya :** Bagaimana dengan penerapan dari fungsi manajemen perencanaan?

**Jawab :** Rapat perencanaan dilakukan seminggu sekali yang membahas masalah pemberitaan. Perencanaan berguna sebagai patokan yang akan menuntun kita dalam melakukan pekerjaan agar tdk keluar dari apa yang sudah direncanakan sebelumnya. Rapat perencanaan biasanya dilakukan seminggu sekali yaitu pada hari senin. Selain itu terdapat rapat perencanaan yang dilakukan setiap hari yang berguna untuk perencanaan berita pada setiap harinya.

**Tanya :** Bagaimana dengan penerapan dari fungsi manajemen pengorganisasian?

**Jawab :** pengorganisasian yang dilakukan adalah pemberian pekerjaan yang disesuaikan dengan tingkat kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing SDM

**Tanya :** Bagaimana dengan penerapan dari fungsi manajemen pelaksanaan?



**Jawab :** Proses pelaksanaan sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Pelaksanaan berjalan secara otomatis, karena karyawan atau SDM yang dimiliki sudah mengetahui apa yang mesti mereka kerjakan tanpa menunggu perintah dari atasan.

**Tanya :** Bagaimana dengan penerapan dari fungsi manajemen pengawasan?

**Jawab :** Pengawasan dilakukan dengan beberapa cara seperti melakukan rapat evaluasi yang dilakukan seminggu sekali biasanya pada hari kamis. Dalam rapat evaluasi biasanya membahas mengenai kekurangan yang terjadi selama seminggu. Selain itu juga ada pengawasan secara langsung dapat berupa seperti teguran-teguran yang mempunyai sifat yang membangun. Seperti teguran kepada bawahan yang melakukan kesalahan kemudian diberikan pengarahan agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan

**Tanya :** Berapa SDM yang dimiliki *krjogja.com* dalam divisi Redaksional?

**Jawab :** 1 pimred, 1 sekretaris, 1 redpel, 4 redaktur, 3 orang wartawan

**Tanya :** Apakah SDM yang dimiliki *krjogja.com* sama yang ada di edisi cetak?

**Jawab :** SDM yang dimiliki oleh *krjogja.com* berbeda dengan yang ada pada edisi cetak. Namun karena ada keterbatasan wartawan yang dimiliki *krjogja.com* masih dibantu oleh wartawan KR edisi cetak.

**Tanya :** Bagaimana dengan gambaran job description?

**Jawab :** Pada *krjogja.com* tiap divisi di isi oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan *job desk* yang ada. Seperti redaktur adalah mereka yang telah berpengalaman dilapangan, kemudian diambil untuk news room.

**Tanya :** Pada prakteknya apakah dalam job description terdapat tumpang tindih?

**Jawab :** Tidak ada tumpang tindih dalam pekerjaan semua sesuai dengan *job desk* masing-masing.

**Tanya :** Bagaimana mekanisme dalam pembuatan berita sampai pada mengunggahnya?

**Jawab :** Mekanisme pembuatan berita dimulai dari penugasan dari pimred kepada wartawan kemudian wartawan terjun langsung kelapangan untuk mencari berita. Berita dari wartawan masuk ke bank berita yang kemudian diedit oleh redaktur baru kemudian dapat dimuat di *krjogja.com*.

**Tanya :** Berita yang bagaimana yang dijadikan berita utama?

**Jawab :** Yang dijadikan berita utama adalah berita yang memenuhi criteria seperti : News value, Kedekatan dengan masyarakat, Mempunyai bobot berita, dll

**Tanya :** Apakah ada kesamaan antara berita yang dimuat dalam edisi cetak dengan online?

**Jawab :** Berita yang dimiliki *krjogja.com* berbeda dengan berita yang ada pada KR edisi cetak. Meskipun mempunyai beberapa wartawan yang sama dengan edisi cetak namun berita yang dimuat tidak sama karena berita yang masuk bank berita diolah lagi oleh redaktur. Berita yang dihasilkan oleh *krjogja.com* biasanya lebih *up-date* dari KR edisi cetak.

**Tanya :** Bagaimana dengan pelaksanaan rapat redaksi dan evaluasi?

**Jawab :** Rapat utama dilakukan seminggu dua kali. Rapat biasanya dilakukan pada hari senin untuk melakukan perencanaan buat seminggu kedepan dan hari kamis untuk melakukan evaluasi.

**Tanya :** Apa saja yang dibahas dalam rapat redaksi?

**Jawab :** Dalam rapat utama dibahas mengenai perencanaan dan evaluasi selama sepekan. Sedangkan rapat-rapat biasa, dilakukan di ruang news room yang membahas mengenai perencanaan materi pemberitaan.

**Tanya :** Siapa yang menentukan berita itu layak atau tidak?

**Jawab :** Yang menentukan berita itu layak atau tidak biasanya dimulai dari wartawan lapangan kemudian redaktur yang bertugas untuk menentukan berita tersebut layak dimuat apa tidak.

**Tanya :** Apakah *krjogja.com* ada kerjasama dengan jaringan media lain?

**Jawab :** *krjogja.com* mempunyai kerjasama dengan media lain seperti KR Group, Oke zone dan Antara.

**Tanya :** Bisa dijelaskan seperti apa kerjasama dengan jaringan media lain tersebut?

**Jawab :** *krjogja.com* berlangganan dengan Oke zone maupun Antara untuk mendapatkan sumber informasi yang berupa berita atau foto untuk dapat dimuat dalam *krjogja.com*

**Tanya :** Apa faktor penghambat yang ditemui dalam manajemen redaksional yang diterapkan?

**Jawab :** Hambatannya adalah faktor SDM yang dimiliki kurang memadai khususnya bidang wartawan, karena *krjogja.com* hanya memiliki 3 orang wartawan saja yang ditempatkan dikota, sedangkan untuk kota-kota lain dijogja dan jawa tengah masih mengandalkan wartawan yang dimiliki oleh KR edisi cetak.

### Interview dengan redaktur *krjogja.com*

Ivan Aditya

**Tanya :** struktur organisasi yang dimiliki?

**Jawab :** Pemred (membawahi redaksi) – Redpel (melakukan operasional sehari-hari) – Redaktur (menugaskan reporter liputan, mengedit berita reporter, menentukan layak atau tdk berita) – Reporter (liputan dilapangan, menulis berita, bertanggung jawab dengan tulisanya)

**Tanya :** bagaimana proses pemberitaan?

**Jawab :** pertama kalinya adalah wartawan terjun kelapangan mencari data-data untuk dijadikan berita kemudian berita dikirim ke email redaksi, dari redaksi tugas redaktur untuk melakukan editing dan menentukan kelayakan berita untuk dapat diunggah.

**Tanya :** Bagaimana dengan penulisan berita?

**Jawab :** penulisan berita dilakukan wartawan setelah mendapatkan data-data pendukung, Berita yang ditulis haruslah berita yang berimbang tidak memihak siapapun, tidak menambahi atau mengurangi fakta yang didapat dan akurat. Selain itu berita yang ditulis harus memenuhi unsur berita 5W+1H. Wartawan krjogja.com untuk menghasilkan minimal lima buah berita dalam sehari.

**Tanya :** Bagaimana dengan pengeditan berita?

**Jawab :** pengeditan berita dilakukan secepat mungkin oleh redaktur ketika ada berita yang masuk ke email redaksi. Hal tersebut berguna untuk memberikan informasi yang selalu *up-date*. Pengeditan tidak hanya sebatas menambahkan atau mengurangi tanda baca pada isi berita, namun kadang kala redaktur juga melakukan penulisan ulang berita karena tidak semua wartawan yang dimiliki dapat menulis berita yang ideal.

**Tanya :** Bagaimana dengan penyajian berita?

**Jawab :** Proses pengunggahan berita dilakukan sendiri oleh redaktur setelah melakukan proses editing. Penyajian berita dilakukan secepat mungkin setelah berita tersebut dianggap layak untuk diterbitkan, karena *krjogja.com* merupakan media online yang mempunyai sifat selalu memiliki kecepatan dalam memperbarui informasi.

**Tanya :** jam kerja dikrjogja.com?

**Jawab :** 10 jam kerja terdapat empat kali shift (7-9-11-2)

**Tanya :** Apa itu KRNEWSROOM?

**Jawab :** itu adalah semacam bank berita tetapi dapat diakses oleh semua anak perusahaan krgroup.

**Tanya :** Siapa saja yang bekerja disitu?

**Jawab :** wartawan lama yang ditugaskan khusus untuk mengirim berita ke redaksi dan ke krnewsroom.

### Interview dengan redaktur *solopos.com*

Bambang Aris

**Tanya :** Bagaimana latar belakang berdirinya *solopos.com*?

**Jawab :** *solopos.com* mulai ada 2007, *solopos* sebagai media cetak lokal terbesar dikarisidenan Surakarta juga ingin menggarap pasar online yang untuk media lokal yang belum berkembang dan juga karena didasari pada orang-orang asli solo yang tidak berada disolo yang ingin tahu kabar tentang solo yang tidak terjangkau koran *solopos*. Memanfaatkan pasar media online yang terus berkembang jadi media daerah juga tidak mau ketinggalan dengan media nasional yang lebih dulu menggarap media online. Media online yang semakin booming.

**Tanya :** Bagaimana cara kerja pada divisi redaksional *solopos.com*?

**Jawab :** Cara kerja redaksional *solopos.com* adalah sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan perusahaan. Setiap bagian dalam redaksional mempunyai tanggung jawab masing-masing terhadap job desknya. reporter kami ya reporter *solopos*. kemudian kami juga melakukan edukasi terhadap wartawan cetak, pagi sampai siang dilapangan siang sampai sore dikantor nulis berita.membuat mereka menjadi wartawan multimedia dimana mereka diminta mengirimkan berita secepat mungkin dan berita selengkap mungkin kemudian langsung diterbitkan di dotcom.

**Tanya :** Seperti apa strategi manajemen pemberitaan yang diterapkan *solopos.com*?

**Jawab :** Strateginya memberikan secepat mungkin informasi terbaru,hal-hal yang menjadi pusat perhatian masyarakat atau hal yang penting secepatnya ditayangkan.

**Tanya :** Bagaimana dengan penerapan dari fungsi manajemen perencanaan?

**Jawab :** Fungsi perencanaan biasa dilakukan dengan rapat yang diadakan rutin setiap satu bulan sekali yang bertujuan untuk memproyeksikan pemberitaan selama satu bulan kedepan. Selain itu juga rapat harian untuk merencanakan pemberitaan selama satu hari,biasanya mengenai trending topik.

**Tanya :** Bagaimana dengan penerapan dari fungsi manajemen pengorganisasian?

**Jawab :** Pengorganisasian sudah sesuai dengan job desk yang ada pada redaksional solopos.com.

**Tanya :** Bagaimana dengan penerapan dari fungsi manajemen pelaksanaan?

**Jawab :** Dalam pelaksanaannya sesuai dengan yang diharapkan, bekerja sesuai dengan tanggung jawab yang dibebankan. Namun terkadang terdapat hambatan yang ditemui seperti, wartawan yang belum mengirimkan berita padahal sudah dead line.

**Tanya :** Bagaimana dengan penerapan dari fungsi manajemen pengawasan?

**Jawab :** Pengawasan yang ada dalam solopos.com berupa teguran langsung dan rapat pengevaluasian yang khusus diagendakan untuk mengetahui kinerja dan hasil setelah proses berjalan.

**Tanya :** Berapa SDM yang dimiliki *solopos.com* dalam divisi Redaksional ?

**Jawab :** 2 redaktur, 1 pengolah halaman, 1 uploader, 1 web master

**Tanya :** Apakah SDM redaksional yang dimiliki *solopos.com* sama yang ada di edisi cetak?

**Jawab :** SDM redaksional yang dimiliki oleh *solopos.com* berbeda dengan yang ada pada edisi cetak. Hanya wartawan saja yang sama dengan wartawan edisi cetak

**Tanya :** Bagaimana dengan gambaran job description?

**Jawab :** Masih secara global, bekerja secara bersama-sama karena keterbatasan SDM yang dimiliki.

**Tanya :** Pada prakteknya apakah dalam job description terdapat tumpang tindih

**Jawab :** Kadang masih ada tumpang tindih dalam ruang news room namun untuk mengatasi hal tersebut dengan cara komunikasi.

**Tanya :** Bagaimana mekanisme dalam pembuatan berita sampai pada mengunggahnya?

**Jawab :** Dimulai dari pencarian data-data dilapangan oleh wartawan kemudian diedit oleh oleh pengolah halaman bersama dengan redaktur. Redaktur menentukan berita layak atau tidak untuk dimuat. Barulah tugas uploader untuk mengunggah berita ke web *solopos.com*

**Tanya :** Berita yang bagaimana yang dijadikan berita utama?

**Jawab :** Kejadian atau peristiwa yang baru ramai dibicarakan di masyarakat (*trending topic*)

**Tanya :** Apakah ada kesamaan antara berita yang dimuat dalam edisi cetak dengan online?

**Jawab :** Secara garis besar beritanya hampir mirip karena pencari berita (wartawan) yang dimiliki antara *solopos.com* dengan *solopos* adalah sama. *Solopos.com* juga masih berdiri dibawah payung dari solopos.

**Tanya :** Bagaimana dengan pelaksanaan rapat redaksi?

**Jawab :** Rapat redaksi dilaksanakan rutin setiap hari dan diikuti oleh seluruh anggota redaksional

**Tanya :** Apa saja yang dibahas dalam rapat redaksi?

**Jawab :** Ada dua macam rapat redaksi : yang pertama adalah rapat bulanan yang membahas tentang proyeksi dan evaluasi. Yang kedua adalah rapat harian, dilakukan setiap hari pada siang dan malam. Rapat siang untuk mengumpulkan materi yang sudah didapat reporter dilapangan kemudian di listing dalam rapat siang juga menentukan isi untuk halaman cetak yang terbitnya lebih awal. Rapat malam untuk menindaklanjuti dari rapat siang, membahas isi materi apakah cukup kuat untuk dimuat, menentukan isi dari halaman satu koran.

**Tanya :** Siapa yang menentukan berita itu layak atau tidak?

**Jawab :** Yang menentukan berita itu layak atau tidak adalah tugas redaktur.

**Tanya :** Apakah *solopos.com* ada kerjasama dengan jaringan media lain?

**Jawab :** *solopos.com* bekerja sama dengan media lain yaitu *Antara* dan *reuter*

**Tanya :** Bisa dijelaskan seperti apa kerjasama dengan jaringan media lain tersebut?

**Jawab :** Kerjasama yang dilakukan dengan cara berlangganan secara berkala yang dilakukan oleh pihak *solopos* untuk mendapatkan berita yang bersifat nasional maupun internasional.

**Tanya :** Apa faktor penghambat yang ditemui dalam manajemen redaksional yang diterapkan?

**Jawab :** Hambatan yang ditemui adalah, minimnya SDM yang dimiliki dalam divisi redaksional, Terutama pada bidang wartawan

### **Interview dengan Pengolah Halaman/Reporter *solopos.com***

Arif Fajar Setiadi

**Tanya :** Apa tugas seorang pengolah halaman?

**Jawab :** Tugas seorang pengolah halaman adalah membantu redaktur untuk memilih dan mengedit berita yang akan dimuat. Selain itu juga bisa difungsikan sebagai pencari berita dilapangan dan mengkoordinasikan wartawan dilapangan.

**Tanya :** Apakah ada pembagian pengeditan sesuai dengan daerah/kota?

**Jawab :** Tidak ada mas, jika mau mengedit suatu berita tinggal dikomunikasikan kepada kedua redaktur.

**Tanya :** Bagaimana pencarian berita dilapangan?

**Jawab :** pencarian berita dapat dibagi menjadi dua bagian. *Pertama* adalah penugasan, dengan penugasan wartawan akan lebih mudah dalam mencari berita karena seperti diarahkan. Yang *kedua* adalah mencari berita dengan terjun kelapangan langsung. Biasanya wartawan berangkat pagi hari.



### **Interview dengan Uploader *solopos.com***

Is Ariyanto

**Tanya :** Apa tugas uploader?

**Jawab :** tugas uploader adalah mencari ilustrasi atau gambar untuk agar berita yang ditampilkan kelihatan lebih menarik. Selain itu tugas uploader adalah mengunggah berita yang telah diedit.

**Tanya :** Kendala yang dihadapi?

**Jawab :** Kendalanya adalah susah mencari ilustrasi untuk berita-berita tertentu, misalnya hantu atau korban pemerkosaan.

### **Interview dengan Web Master *solopos.com***

Budi Cahyono

**Tanya :** Apa saja tugas web master?

**Jawab :** Web master bertugas untuk membuat dan memperbaiki web jika ada trouble atau jika diinginkan untuk dirubah

**Tanya :** Mungkin ada tugas lainya mas?

**Jawab :** web master membatu mengawasi jumlah pengunjung yang membuka *solopos.com* setiap harinya.

**Tanya :** Apa saja kendala yang dihadapi?

**Jawab :** Kendalanya ya cuma pas kehabisan ide saja