

**MANAJEMEN REDAKSIONAL MEDIA OLAH RAGA DALAM
PEMBERITAAN PEMBATALAN KOMPETISI LIGA SEPAKBOLA
NASIONAL TAHUN 2020 AKIBAT PANDEMI COVID-19**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

MUHAMMAD DIAST REYHANRAFIF

17321013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

**MANAJEMEN REDAKSIONAL MEDIA OLAHRAGA DALAM PEMBERITAAN
PEMBATALAN KOMPETISI LIGA SEPAKBOLA NASIONAL TAHUN 2020
AKIBAT PANDEMI COVID-19**



المعتمد الاسلامي للدراسات
الاسلامية والاسلامية

R. Narayana Mahendra Prastya, S.Sos.,M.A

NIDN: 0520058402

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

MANAJEMEN REDAKSIONAL MEDIA OLAHRAGA DALAM PEMBERITAAN PEMBATALAN KOMPETISI LIGA SEPAKBOLA NASIONAL TAHUN 2020 AKIBAT PANDEMI COVID-19

Disusun oleh

MUHAMMAD DIAST REYHANRAFIF

17321013

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

Tanggal : 17 Juni 2021

Dewan Penguji :

1. Ketua : Raden Narayana Mahendra, S.Sos., M.A
NIDN. 0520058402

2. Anggota : Anang Hermawan, S.Sos., M.A
NIDN. 0506067702

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Diast Reyhanrafif

Nomor Mahasiswa : 17321013

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.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 5 Juni 2021

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 1000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METEPAI', and '888D54JX444790613'.

Muhammad Diast Reyhanrafif (17321013)

MOTTO

“Selalu melihat hal positif setiap harinya, walaupun terkadang kita harus melihat lebih keras untuk mendapatkannya.”

(Aestika Oryza Gunarto)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada:

1. Ayah, Mami dan dan adik-adikku tercinta
2. Dosen dan staff prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan selama ini

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan berkah dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Manajemen Redaksional Media Olahraga Dalam Pemberitaan Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional Tahun 2020 Akibat Pandemi Covid-19”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna dan tentunya dalam prosesnya tidak lepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan baik material dan spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Aestika Oryza Gunarto, SE., MM. selaku ayah saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan tanpa henti
2. Agustina Widianingsih, SH. selaku ibu saya yang juga selalu mendoakan dan memberikan dukungan tanpa henti.
3. Bapak Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terima kasih telah sabar membimbing dan memberikan semangat serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Muhammad Dika Zaydanhakeem dan Maiza Diza Araminta Pramesthi selaku adik-adik saya yang selalu memberikan support dan doa kepada saya.
5. Dosen-dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi UII angkatan 2017, terima kasih untuk setiap waktu berharga yang pernah kita lewati bersama.
7. Seluruh jajaran staff redaksi Bolasport.com, Detik.com, Okezone.com dan JawaPos.com selaku narasumber dalam penelitian ini. Terima kasih atas sambutan, bantuan dan ketersediaan waktu dalam proses penelitian ini berlangsung.
8. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu.

Semoga karya skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak-pihak yang bersangkutan, serta dapat menjadi perbandingan bagi penelitian selanjutnya. Penulis berharap Allah SWT berkenan

untuk membalas segala kebaikan dari seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 5 Juni 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Diast', with a long horizontal stroke extending to the right.

Muhammad Diast Reyhanrafif

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Kerangka Teori	22
1. Manajemen Redaksional	22
2. Newsroom	27
G. Metode Penelitian	29
1. Jenis dan Pendekatan Liputan	29
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	30
3. Informan Penelitian	30
4. Pengumpulan Data	30
5. Analisis Data	31
BAB II: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	32
A. Bolasport.com	32
B. Detik.com	33
C. Okezone.com	39
D. JawaPos.com	41
BAB III: TEMUAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Manajemen Redaksional Bolasport.com di Masa Pandemi	44
B. Manajemen Redaksional Detik.com di Masa Pandemi	71
C. Manajemen Redaksional Okezone.com di Masa Pandemi	95
D. Manajemen Redaksional JawaPos.com di Masa Pandemi	117
E. Perbandingan Temuan Penelitian	132
BAB IV: PENUTUP	138
A. Kesimpulan	138
B. Keterbatasan Penelitian	140
C. Saran	140

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	
Salah satu berita sejarah hari ini pada situs Bolasport.com	58
Gambar 3.2	
Berita keputusan PSSI memberhentikan kompetisi pada situs Bolasport.com	62
Gambar 3.3	
Adanya video di berita gambar 3.2 namun tidak kontekstual	62
Gambar 3.4	
Video berita sepakbola nasional di Youtube Bolasport	63
Gambar 3.5	
Video berita sepakbola internasional di Youtube Bolasport	63
Gambar 3.6	
Video ‘wawancara eksklusif’ di Youtube Bolasport	64
Gambar 3.7	
Postingan hasil pertandingan di Instagram Bolasport	64
Gambar 3.8	
Postingan informasi sepakbola nasional di Instagram Bolasport	65
Gambar 3.9	
Postingan infografis di Instagram Bolasport	65
Gambar 3.10	
Live Instagram dengan Diego Michiels di Instagram Bolasport	66
Gambar 3.11	
wawancara via google meet dengan Pak Dwi Widiyatmiko dan Mas Mochamad Hary Prasetya	70
Gambar 3.12	
Berita mengenai dibatalkannya kompetisi sepakbola nasional pada situs Detik. Com	87
Gambar 3.13	
Adanya video di berita gambar 3.11 namun tidak kontekstual	88
Gambar 3.14	
Rubrik kanal 20detik pada situs Detik.com	89
Gambar 3.15	
Video sepakbola nasional pada kanal 20detik	89
Gambar 3.16	
Video berita sepakbola nasional di Youtube Detik	90
Gambar 3.17	
Postingan hasil pertandingan di Instagram Detik	90
Gambar 3.18	
Postingan jadwal pertandingan di Instagram Detik	91
Gambar 3.19	
Postingan infografis di Instagram Detik	91
Gambar 3.20	
wawancara via google meet dengan Pak Kris Fathoni	94
Gambar 3.21	
Berita mengenai batalnya kompetisi sepakbola nasional pada situs Okezone.com	109
Gambar 3.22	
Berita mengenai jadwal Piala Menpora 2021	109
Gambar 3.23	
Berita dalam bentuk video pada situs Okezone.com	110

Gambar 3.24	
Video sepakbola nasional pada Youtube Okezone	111
Gambar 3.25	
Postingan berita sepakbola nasional di Instagram Okezone	111
Gambar 3.26	
Postingan infografis di Instagram Okezone	112
Gambar 3.27	
Postingan berita di luar lapangan di Instagram Okezone	113
Gambar 3.28	
Postingan jadwal pertandingan di Instagram Okezone	113
Gambar 3.29	
jawaban wawancara dari pihak Okezone	116
Gambar 3.30	
Berita mengenai kompetisi sepakbola nasional pada situs JawaPos.com	126
Gambar 3.31	
Berita mengenai bursa transfer pada situs JawaPos.com	127
Gambar 3.32	
Video berita sepakbola nasional di Youtube JawaPos	128
Gambar 3.33	
Postingan berita di luar lapangan di Instagram JawaPos	128
Gambar 3.34	
Postingan sepakbola nasional di Instagram JawaPos	129
Gambar 3.35	
Jawaban wawancara dari pihak JawaPos	131

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Informan	44
Tabel 3.2 Rangkuman Temuan Penelitian Bolasport.com	70
Tabel 3.3 Rangkuman Temuan Penelitian Detik.com	94
Tabel 3.4 Rangkuman Temuan Penelitian Okezone.com	116
Tabel 3.5 Rangkuman Temuan Penelitian JawaPos.com	131

ABSTRAK

Reyhanrafif, Muhammad Diast. 17321013 (2021). Manajemen Redaksional Media Olahraga Dalam Pemberitaan Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional Tahun 2020 Akibat Pandemi Covid-19. (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan manajemen redaksi media olahraga online dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemic covid-19. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data yaitu dengan wawancara mendalam pada informan yang terdiri dari para anggota staff redaksi dari media online Bolasport, Detik, Okezone dan JawaPos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa redaksi keempat media tersebut menjalankan kegiatan manajemen redaksional dalam bentuk tahapan dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan hingga pengawasan. Di mana di masa pandemic covid-19 ini terdapat banyak penyesuaian yang dilakukan oleh empat media tersebut dalam hal liputan maupun cara kerja internal perusahaan. Dari segi konten pemberitaan pun dengan tidak adanya Liga sepakbola yang berjalan, empat media tersebut lebih memberikan berita-berita mengenai kejadian di luar lapangan dan masing-masing media memiliki ciri khas berita masing-masing. Bolasport dalam beritanya ada berita tentang ‘sejarah hari ini’. Sejarah hari ini merupakan berita-berita tentang pertandingan memorable yang pernah terjadi di hari tertentu yang sama, namun sudah beberapa tahun yang lalu. Sedangkan Detik, dalam situasi pandemi ini, banyak mengangkat sisi human interest yang berhubungan dengan Covid-19. Seperti pemberitaan mengenai kepastian gaji ditengah ketidakpastian kompetisi, serta pemberitaan ringan seperti kegiatan-kegiatan yang dilakukan para pesepakbola saat liga belum berjalan dan mengangkat tentang kepastian Liga 1 dan Liga 2. Untuk Okezone sendiri, memiliki rubrik soccertainment dan di Okezone lebih banyak memberitakan sepakbola internasional. JawaPos di masa pandemi ini fokus memberitakan isu mengenai olahraga khususnya sepakbola nasional. Faktor pendukung dalam menjalankan tahapan manajemen redaksi yaitu dengan memanfaatkan adanya teknologi dan memanfaatkan adanya media sosial. Sementara itu yang menjadi faktor penghambat adalah pandemic covid-19 itu sendiri di mana terdapat banyak pembatasan dan larangan yang membuat liputan-liputan menjadi terhambat.

Kata Kunci: Manajemen Redaksi; Media Online; Media Olahraga; Pandemi Covid-19

ABSTRACT

This study aims to determine the application of management editor of the media sports online in the preaching of the cancellation of the competition of national football league 2020 due to the pandemic covid-19. This research uses qualitative descriptive method with data collection techniques namely with in-depth interviews on the informants consisting of the members of the editorial staffs of online media Bolasport, Seconds, Legal and JawaPos. The results showed that the editors of the fourth the media to run the activities of management editorial in the form of stages from planning, organizing, directing up to scrutiny. Where in the pandemic covid-19, there are a lot of adjustments performed by the four media in terms of coverage and internal workings of the company. In terms of content coverage even with the absence of League football runs, four of the media is to provide news about the events outside the field and each media has a typical news respectively. Bolasport in the news is no news about the 'history today'. History today is the news about the match memorable that ever happened on a certain day of the same, but already a few years ago. While the Second, in a situation of this pandemic, a lot of lifting the human interest side associated with Covid-19. As the news about the certainty of salaries amid the uncertainty of competition, as well as the preaching of the light as the activities carried out while the footballer while the league has not been running and lifting of the certainty of League 1 and League 2. To Okezone own, have a rubric soccertainment and Okezone more proclaim international football. JawaPos in the pandemic's focus reported issues about sports especially football national. The supporting factors in the running of the stages of the editorial management that is by utilizing the technology and utilize the social media. While it's become a limiting factor is the pandemic covid-19 itself where there are many restrictions and prohibitions that make coverage is to be inhibited.

Keywords: Editorial Management; Online Media; Sports Media; Covid-19 Pandemic

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Covid-19 telah berdampak ke seluruh aspek kehidupan, termasuk juga kompetisi olahraga profesional. Cabang olahraga terpopuler yakni sepakbola pun juga turut terimbas. Di masa awal penyebaran pandemi Covid-19, kompetisi sepakbola di berbagai belahan dunia sempat terhenti. Liga-liga Eropa termasuk Liga Champions pun ditunda hingga waktu yang tidak ditentukan. Dilansir www.liputan6.com UEFA mengambil keputusan terkait pandemi Covid-19. Setelah melakukan rapat dengan 55 anggota UEFA, mereka menunda Liga Champions dan Liga Europa hingga waktu yang tidak ditentukan. Selain Liga-Liga yang dihentikan, kompetisi antar negara pun banyak yang ditunda hingga juga dibatalkan. Sebut saja Piala Eropa, Copa America dan Olimpiade Tokyo, kompetisi tersebut ditunda selama setahun. Dalam perkembangan selanjutnya, sejumlah kompetisi sepakbola melakukan penyesuaian. Liga Korea dan Liga Jerman yang saat itu *restart* duluan di bulan Mei. Dilanjutkan dengan Liga lainnya yang *restart* dari bulan Juni hingga Juli. Penyesuaian pun dilakukan, sebagai contoh, dilansir www.republika.co.id di Liga Inggris ada beberapa hal yang menjadi '*new normal*' di dunia sepakbola, di mana yang menjadi hal yang paling berpengaruh adalah tidak boleh adanya penonton di tribun karena pertandingan digelar secara tertutup. Hal itu membuat stadion 'sepi' karena tidak akan ada teriakan-teriakan atau chants dari para penonton. Jikapun ada teriakan, teriakan itu hanya terdengar dari pelatih di pinggir lapangan atau pemain yang berada di lapangan. Di masa pandemi ini juga identik dengan pemakaian masker, namun dalam suatu pertandingan, para staf termasuk pelatih dan para pemain tidak diwajibkan untuk memakai masker di stadion seperti di ruang ganti, bangku cadangan dan tentunya di lapangan saat bermain. Terkecuali bagi anggota tim medis, mereka diwajibkan untuk memakai masker. Selain itu, tidak akan ada anak gawang di pinggir lapangan karena sekarang memakai sistem bola pengganti yang sudah disterilkan. Orang yang masuk ke stadion juga dibatasi menjadi 300 orang saja dan dibagi ke beberapa zona.

Dunia olahraga Indonesia juga terimbas pandemi Covid-19. Dilansir www.sport.detik.com Liga Basket Indonesia atau IBL Gelaran IBL 2020 seri 7 yang sedianya dihelat di Malang, ditunda. Keputusan ini dikeluarkan lantaran semakin meluasnya virus Corona. Padahal, seluruh tim sudah datang dan bersiap untuk

bertanding. Selain olahraga basket, sepakbola Indonesia juga turut terimbas. Kompetisi Liga 1 dihentikan sejak 14 Maret di mana masing-masing tim baru bertanding 3 kali dan kompetisi Liga 2 yang juga dihentikan sejak Maret dan baru berjalan 1 match bahkan ada juga yang belum sempat bertanding. Berbeda dengan negara lain yang sudah bisa memulai kembali memutar roda kompetisi, maka di Indonesia hal itu justru tidak jelas. Sempat ada wacana pada Oktober 2020, namun pada akhirnya tetap saja ditunda lagi. Hingga sempat juga muncul sebuah keputusan yang diputuskan oleh PSSI sendiri lewat laman mereka www.pssi.org . Di laman tersebut dikatakan bahwa setelah dilakukannya rapat Exco, PSSI memutuskan untuk melanjutkan kompetisi di tahun 2021 baik itu Liga 1, Liga 2 dan Liga 3. PSSI juga menyerahkan sepenuhnya format dan sistem kompetisi kepada PT Liga Indonesia Baru (PT LIB). Namun lagi-lagi pada kenyataannya hal tersebut tak kunjung terjadi, masuk di tahun baru 2021 hingga sudah mendekati februari pun tidak kunjung ada kejelasan soal kelanjutan Liga Sepakbola Indonesia. Menanggapi ketidakjelasan itu pun banyak pemain-pemain asing hingga pemain lokal pun satu per satu pindah ke luar negeri. Sebut saja Ryuji Utomo yang pindah ke Penang FC Malaysia, Syahrin Abimanyu ke JDT FC Malaysia, Todd Ferre yang pindah ke klub Thailand Lampang FC hingga Asnawi Mangkualam yang hijrah ke klub Korea Selatan Ansan Greeners. Selain para pemain yang satu persatu henggang dari Indonesia, beberapa klub pun meliburkan skuad nya dan bahkan ada yang sampai membubarkan tim akibat dari ketidakjelasan kelanjutan liga. Dilansir www.bolalob.com , ada dua tim yang sudah membubarkan diri yaitu Madura United dan Persipura Jayapura. Masih dilansir sumber yang sama, Madura United atau MU membubarkan tim nya karena banyak para pemain yang kontraknya sudah habis di Desember 2020, sedangkan Persipura membubarkan tim karena masalah finansial, hal tersebut tidak terlepas dari mundurnya sponsor utama mereka yaitu Bank Papua.

Hingga pada akhirnya PSSI memutuskan untuk membatalkan kompetisi Liga 1 dan Liga 2. Dilansir www.pssi.org , setelah melakukan rapat exco, PSSI memutuskan empat poin perihal pembatalan Liga Sepakbola Nasional, pertama, karena masih dalam situasi pandemi Covid-19 (force majeure), seluruh kompetisi sepakbola nasional tahun 2020-2021 dibatalkan. Kedua, tidak ada tim yang juara dan tidak ada tim yang degradasi. Ketiga, nantinya saat kompetisi Liga 1 dan Liga 2 2021 bergulir, tim yang berpartisipasi adalah peserta kompetisi tahun 2020. Keempat, masing-masing klub mengatur kontrak para pemainnya sesuai keadaan kahar (force majeure) di dalam kesepakatan kontrak masing-masing. Keputusan

tersebut pun berangkat dari kesepakatan dari virtual meeting yang diadakan PT LIB selaku operator dengan para perwakilan klub hingga akhirnya menjadi bahasan utama rapat Exco dan mengeluarkan keputusan dibatalkannya Liga 1 dan Liga 2 2020. Dengan ini, Indonesia menjadi negara yang paling ‘lama’ dalam kejelasan lanjutan Liga sepak bola-nya. Sudah paling ‘lama’, namun pada akhirnya tetap saja kompetisi dibatalkan.

Sepakbola merupakan olahraga yang populer di Indonesia, termasuk sepakbola lokal. Bisa dilihat dari bagaimana siaran-siaran yang bersangkutan dengan sepakbola lokal pasti memiliki rating yang tinggi. Dilansir www.pssi.org pada perhelatan Piala Presiden 2019, rating dan share yang diraih sangat tinggi. Hingga sebelum final saja rata-rata angka rating mencapai 2,8 persen dan share 15,8 persen. Catatan angka tersebut sukses terpecahkan dalam laga final Piala Presiden 2019 yang mempertemukan Arema FC versus Persebaya Surabaya. Rating pada pertandingan yang dihelat di Stadion Kanjuruhan, Malang tersebut yang terhitung mulai pukul 20.00 hingga 22.00 WIB, menunjukkan angka 9,8 persen dan *share* mencapai 34,5 persen. Hal ini menunjukkan bahwa sepakbola memang olahraga yang populer. Padahal, piala presiden sendiri adalah turnamen pemanasan atau pra-musim. Sedangkan dilansir www.databoks.katadata.co.id Liga 1 2019 menjadi kompetisi sepak bola dengan jumlah penonton terbanyak keempat di Asia. Jumlah penonton Liga 1 2019 sebanyak 2.863.876 penonton hanya kalah dari Liga Jepang (J-League), China Super League dan Indian Super League. Namun, jika dibandingkan dengan liga sepak bola di Asia Tenggara, Liga 1 berada di posisi paling atas dengan jumlah penonton terbanyak. Thai League yang digelar di Thailand hanya ditonton 1,3 juta orang dan berada di bawah liga 1 Indonesia. Pada Liga 1 2019, Persija Jakarta menjadi klub dengan jumlah penonton terbanyak yaitu 413.168 orang dari 17 laga kandang. Sedangkan Bali United yang menjadi juara hanya menempati posisi tiga dalam daftar klub dengan jumlah penonton terbanyak di liga 1 2019.

Ketiadaan kompetisi sepakbola Indonesia membuat media harus putar otak untuk mengakalinya, karena menurut Putra (2011) Segenap hiruk pikuk sepak bola selalu menjadi perhatian utama media massa. Semua pertandingan sepak bola mulai dari level antarkampung sampai Piala Dunia selalu menjadi liputan media massa. Memang tidak bisa disangsikan olah raga ini merupakan olah raga paling populer dan menyedot perhatian seluruh warga. Akibatnya setiap media massa berusaha menghadirkan berita-berita seputar dunia sepak bola semenarik mungkin. Meskipun

media bersangkutan harus mengeluarkan uang jutaan dollar Amerika. Berita-berita sepak bola pun tidak hanya didominasi oleh hasil pertandingan, tetapi juga informasi kehidupan sang pemain di luar lapangan hijau. Maka dari itu, media massa membutuhkan olahraga, karena juga menguntungkan. Media memiliki peran penting dalam perkembangan olahraga, begitupun sebaliknya. Sepakbola merupakan olahraga yang banyak peminatnya, sehingga hal tersebut menjadi peluang bagi media untuk meraih keuntungan dari berbagai aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan olahraga. Media juga membutuhkan olahraga, karena bisa di bilang bahwa olahraga memberikan keuntungan bagi media, di mana menurut Kuntjoro (2016) terdapat banyak pengaruh dari pemberitaan dan penayangan di media terhadap keberadaan olahraga. Media dan olahraga saling mendapatkan keuntungan dan kerugian masing-masing dari afiliasi yang terjadi antar keduanya. Dengan acara-acara olahraga seperti siaran Liga, kompetisi cabang olahraga seperti sepakbola, basket, voli dan event-event besar olahraga seperti Olimpiade (musim panas maupun musim dingin), Asian Games, Sea Games, juga Piala Dunia sepakbola dan Piala Eropa, media mengambil keuntungan dari berbagai tayangan tersebut. Menurut David Rowe (dalam Kuntjoro, 2016) instansi media yang bersedia menggelontorkan miliaran uang untuk suatu hak siar olahraga, biasanya memberikan siaran gratis kepada pemirsanya. Namun sebagai feedback, akses berbayar diberikan kepada penonton dalam skala global, yang dapat menjadi pemasukan untuk sejumlah besar biaya yang dipertukarkan kepada asosiasi olahraga, klub, pemilik klub, pemain, televisi itu sendiri, manajemen olahraga, sponsor dan bahkan pemerintah. Pada akhirnya, media apapun memang sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia olahraga. Pengaruh tersebut bisa menguntungkan atau bahkan merugikan, tergantung dari bagaimana olahraga itu sendiri mempertahankan eksistensinya. Media juga harus memutar otak untuk bertahan di pandemi ini karena kabar atau berita mengenai sepakbola nasional (lokal) memiliki minat pembaca yang tinggi, di mana masih menurut Prasty (2014) bahwa masyarakat Indonesia haus akan informasi atau berita mengenai klub-klub lokal mereka masing-masing. Salah satu buktinya adalah ketika ada seorang pembaca di Jambi memberikan feedback atau respon terhadap salah satu terbitan harian SuperBall dengan menanyakan “Mana berita tentang PS Bangka?” (“Mana berita PS Bangka, bang?!”). Jika dibandingkan, memang berita atau informasi mengenai klub-klub Eropa lebih dapat diperoleh di mana saja, namun untuk klub-klub lokal masing kurang.

Adanya pandemi Covid-19 saat ini menguatkan keberadaan manajemen virtual. Perusahaan dipaksa untuk membuat atau membagi aturan tentang *Work From Home* dan *Work From Office*, atau saat ini biasa disebut WFH dan WFO. Dengan berbagai aturan yang dikeluarkan pemerintah, perusahaan atau instansi harus membagi menjadi 50:50 antara WFH dan WFO atau saat ada pengetatan ketat pegawai yang WFH akan lebih banyak dibanding WFO dengan presentase 75:25. Hal ini pun tentu juga berimbas pada dunia jurnalistik. Menurut Indah (dalam Soraya dkk, 2020) pandemi Covid-19 ini merubah pola liputan dalam dunia jurnalistik. Jika dalam kondisi normal kegiatan jurnalistik biasa dilakukan dengan turun ke lapangan, mencari data melalui observasi maupun wawancara secara langsung, dikala pandemi Covid-19 kegiatan jurnalistik seperti wartawan tak lagi bebas untuk bisa turun ke lapangan untuk mencari data. Perusahaan media pun secara tegas memerintahkan wartawannya hanya turun ke lapangan jika benar-benar diperlukan. Artinya, turun ke lapangan untuk menggali dan mencari data bukan menjadi pilihan utama sebagai kegiatan jurnalistik di era pandemi saat ini. Jika memang benar-benar harus turun ke lapangan misal, mereka pun diwajibkan untuk selalu menerapkan protokol kesehatan secara ketat untuk menghindari kemungkinan terpapar virus Covid-19. Pasalnya kegiatan pencarian data di lapangan susah untuk tidak berinteraksi dengan banyak orang. Pemaksimalan jaringan yang bisa diakses melalui daring lebih dianjurkan sebagai alternatif pencarian data.

Menurut Syas (dalam Soraya dkk, 2020) Sumber berita atau informan di kala Covid-19 ini tetap harus mencari informan yang berkompeten dan mempunyai kredibilitas yang tinggi. Yang membedakan adalah bagaimana para wartawan dalam mendapatkan sebuah informasi. Jika biasanya bisa bebas turun ke lapangan, kali ini para wartawan memanfaatkan telepon atau menggunakan video conference seperti zoom cloud meeting, google meet dan skype. Sama dengan perihal lapangan, karyawan yang biasanya bekerja di kantor pun harus menyesuaikan dengan adanya pandemi ini. Menurut Indah (dalam Soraya dkk, 2020) jajaran redaksi seperti pimpinan redaksi, wakil pimpinan redaksi, redaktur, editor dan layouter serta sosial media specialist untuk media online yang biasanya *work from office* berubah menjadi *work from home*. Ada yang penuh *work from home* ada juga yang menjalani sistem shift untuk setidaknya menghindari kerumunan orang di kantor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen redaksional media dalam pemberitaan pembatalan liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemi Covid-19. Penelitian sebelumnya belum ada yang membahas tentang

manajemen redaksi pemberitaan sepakbola di masa pandemi, khususnya di Indonesia. Penelitian-penelitian sebelumnya membahas tentang manajemen redaksi terkait pemberitaan tentang manajemen redaksi terkait pemberitaan tentang dampak COVID-19 terhadap aktivitas ibadah (Prastya, dan Ida 2020), pemberitaan tentang penanganan COVID-19 dalam sektor kesehatan (Hanief dkk, 2021; Astrid, 2020), jurnalistik bencana (Syarah dkk, 2020), perubahan pola kerja media (Suprayitno, 2020) dan tantangan-tantangan jurnalis selama pandemi (Muqsith, 2020). Media yang akan diteliti adalah media online yang ber-scope nasional dan lokal. Media online yang akan diteliti ada empat media, yaitu Detik.com, Okezone.com, Bolasport dan JawaPos.com. Menurut situs www.alexa.com/topsites/countries/ID , Okezone.com adalah situs berita yang paling banyak dikunjungi di Indonesia. Masih menurut situs Alexa, Detik.com berada di 5 besar situs berita yang paling banyak dikunjungi di Indonesia. Sedangkan Bolasport.com di mana mereka adalah perwakilan dari media online Kompas.com karena berada di bawah naungan Kompas Gramedia. Bolasport.com juga adalah media olahraga yang awalnya bersinergi dengan tabloid Bola yang merupakan salah satu media cetak ternama di Indonesia pada zamannya. JawaPos.com sendiri adalah media online yang identik dengan Surabaya dan Jawa Timur, di mana provinsi Jawa Timur termasuk Surabaya merupakan salah satu daerah dengan fans sepakbola yang fanatik dan JawaPos concern pada olahraga lokal dan mereka bakal kehilangan berita jika klub tidak ada aktivitas, seperti dari penelitian Prastya (2016) yang menjelaskan bahwa tim-tim lokal adalah sumber berita yang dapat menarik minat pembaca.

B. Rumusan Masalah

1) Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian ini adalah Manajemen Redaksional Media Olahraga Dalam Pemberitaan Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional Tahun 2020.

2) Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Jakarta, karena kantor-kantor media olahraga terletak di Jakarta. Namun melihat kondisi dan situasi saat ini, wawancara akan dilakukan secara daring.

3) Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana manajemen redaksional media olahraga Bolasport.com dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemi Covid-19?
- b. Bagaimana manajemen redaksional media olahraga Okezone.com dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemi Covid-19?
- c. Bagaimana manajemen redaksional media olahraga Detik.com dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemi Covid-19?
- d. Bagaimana manajemen redaksional media olahraga JawaPos.com dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemi Covid-19?
- e. Bagaimana perbedaan manajemen redaksional Media Olahraga Bolasport.com, Okezone.com, Detik.com dan JawaPos.com Dalam Pemberitaan Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional Tahun 2020 Akibat Pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mendeskripsikan manajemen redaksional media olahraga Bolasport.com dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemi Covid-19
- 2) Untuk mendeskripsikan manajemen redaksional media olahraga Okezone.com dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemi Covid-19
- 3) Untuk mendeskripsikan manajemen redaksional media olahraga Detik.com dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemi Covid-19
- 4) Untuk mendeskripsikan manajemen redaksional media olahraga JawaPos.com dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020 akibat pandemi Covid-19
- 5) Untuk mendeskripsikan perbedaan manajemen redaksional Media Olahraga Bolasport.com, Okezone.com, Detik.com dan JawaPos.com

Dalam Pemberitaan Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional
Tahun 2020 Akibat Pandemi Covid-19

D. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini memberikan penjelasan tentang bagaimana jalannya manajemen redaksional suatu media dalam memberitakan sesuatu di masa pandemi Covid-19
- b. Memberikan ilmu dan wawasan bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang telah di pelajari dalam perkuliahan yang kemudian tertuliskan di penelitian ini dan harapannya dapat menjadi sumber refrensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang bertemakan sama.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Yang Diteliti

Dengan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan masukan bagi pengelola media. Juga harapannya penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi kepada media dalam membuat berita dan menjadi referensi terhadap pihak pihak yang tertarik dalam riset komunikasi tentang manajemen redaksional suatu media.

b. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan di bidang manajemen redaksional dan memberikan pengalaman tersendiri dalam mewawancarai langsung pihak manajemen redaksi media.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan bisa memberikan wawasan, pengetahuan dan informasi untuk masyarakat. Dalam hal manajemen redaksional juga mampu menyadarkan masyarakat agar lebih memahami cara media online tersebut mengemas berita serta lebih mengerti mengenai kebenaran suatu berita. Bahwa berita sebenarnya tidak semuanya bersifat subjektif. Melainkan masyarakat perlu untuk memfilter isi pemberitaan yang ada.

E. Tinjauan Pustaka

1) Penelitian Terdahulu

a. Penelitian Terdahulu Pertama: *““It Has Changed Completely”: How Local Sports Broadcasters Adapted to No Sports”*

Dilakukan oleh Kevin Hull dan Miles Romney pada tahun 2020. Penelitian ini membahas tentang bagaimana adaptasi yang harus dilakukan media olahraga dalam menghadapi pandemi Covid-19, mulai dari pengalihan liputan ke daring hingga pembagian WFH dan WFO. Dalam situasi pandemi ini, media olahraga tidak dapat melakukan wawancara dengan bebas seperti biasanya. Di masa pandemi ini mayoritas melaporkan menggunakan beberapa jenis platform telekonferensi, seperti Skype, Zoom, Instagram, Facebook, atau FaceTime untuk melakukan wawancara. Namun dengan bergesernya metode wawancara tersebut memunculkan persoalan baru dimana kualitas video yang buruk dan kurangnya b-roll yang memadai, kadang-kadang menjadi masalah bagi reporter atau penyiar olahraga. Namun dibalik persoalan itu, terdapat juga beberapa hal positif yang bisa diambil, biasanya lembaga penyiaran olahraga melakukan perjalanan untuk melakukan wawancara dan membawa peralatan siaran berat seperti kamera, lampu, dan mikrofon genggam atau lavalier. Namun dengan telekonferensi seperti zoom, menghilangkan kebutuhan akan peralatan tersebut dan reporter olahraga dapat menghemat waktu dengan mengunduh rekaman wawancara dengan cepat dan melanjutkan ke proses penyuntingan. Untuk pemberitaan tentang olahraga sendiri, para reporter atau penyiar olahraga membagikan cuplikan dari arsip mereka di media sosial dan biasanya menyertakan momen ‘Hari Ini dalam Sejarah Olahraga’ dalam siaran olahraga harian. Dimana hal tersebut mendapat respon positif dari penggemar dan pemirsa mereka. Di masa pandemi ini, juga terdapat penyesuaian dalam hal pembagian pekerjaan, atau yang lebih sering disebut WFH dan WFO. Hampir separuh (40%) bekerja seluruhnya di rumah atau sebagian besar bekerja dari rumah, sedangkan sisanya bekerja hanya sesekali dari rumah atau tidak bekerja sama sekali dari rumah. Dan di masa pandemi ini, para reporter atau penyiar olahraga juga memanfaatkan adanya media sosial. Media sosial menawarkan lebih sedikit hambatan teknologi dan dalam beberapa kasus, jangkauan audiensnya lebih luas.

b. Penelitian Terdahulu Kedua: “Talking Baseball When There Is No Baseball: Reporters and Fans During the COVID-19 Pandemic”

Penelitian ini dilakukan oleh Alexander L. Curry dan Tiara Good pada tahun 2020. Penelitian ini membahas tentang bagaimana framing pada pemberitaan olahraga, khususnya baseball Amerika pada saat sebelum pandemi dan setelah pandemi. Pada frame sebelum pandemi atau tepatnya pada tahun 2019, update tentang pemain paling sering muncul, beserta berita tentang gaji, bursa transfer, dan cedera merupakan tema mendasar yang signifikan. Singkatnya, pemberitaan di sebelum pandemi memprioritaskan kinerja pemain individu, prediksi tentang pertandingan yang akan datang, pemain yang performanya menonjol, nama tim, dan skor akhir sebuah pertandingan yang besar. Sedangkan masuk ke tahun 2020 atau tepatnya bulan Maret, setelah heboh munculnya virus Covid-19, pemberitaan tentang virus menyebar dengan cepat. Pemberitaan tentang update pemain dipersempit menjadi fokus pada bagaimana pemain tetap bugar saat kompetisi baseball sedang dalam masa jeda. Pada akhirnya, tanpa adanya kompetisi, pemberitaan tentang baseball kehilangan ‘ritme’, dan tiga pemberitaan baru muncul: virus, kemanusiaan, dan peringkat. Pemberitaan tentang virus kebanyakan mengangkat tentang bagaimana di awal-awal pandemi semua kompetisi olahraga ditunda hingga waktu yang tidak ditentukan dikarenakan virus Covid-19. Setelah itu pemberitaan mengenai virus mengambil hadir secara konsisten dan mulai berinteraksi dengan tema lain. Contohnya adalah berita: *“Ten MLB players to follow on social media during the coronavirus shutdown.”* Reporter, dengan bergantung pada efek virus dan tanpa pasokan informasi yang berpusat pada pertandingan, menawarkan pembaca kesempatan untuk tetap mengikuti pemain, meskipun bukan dalam ranah pertandingan. Pemberitaan pada kemanusiaan berfokus pada tindakan amal para pemain, tim, dan liga secara keseluruhan. Tidak hanya berfungsi untuk mengarahkan pembaca agar melihat institusi dan tim mereka secara menguntungkan di liga selama waktu yang tidak pasti, tetapi dengan fokusnya pada pemain yang terlibat dalam tindakan pelayanan dan amal, kerangka ini juga berfungsi sebagai cara lain bagi reporter untuk tetap fokus pada kepribadian para pemain. Dan terakhir, pemberitaan mengenai peringkat terlihat di tahun 2020 seperti contoh berita: *“ESPN’s MLB Rank,*

100-1: *Baseball's top players for 2020*" dan *"Today-would-have-been-Opening Day MLB Power Rankings."*

c. Penelitian Terdahulu Ketiga: *"Sports Journalism Should Toy with Some Different Ideas"*

Penelitian ini dilakukan oleh Tom Bradshaw pada tahun 2020. Penelitian ini menyatakan bahwa di masa pandemi Covid-19 ini, media olahraga dan jurnalis olahraga membentuk kembali masa depan jurnalisme olahraga dengan mengharuskan jurnalis mempertajam keterampilan dan keahlian yang sudah dimiliki. Di penelitian ini peneliti lebih membahas tentang nasib jurnalistik di situasi pandemi, bagaimana jurnalis bisa beradaptasi di tengah pandemi dan bagaimana kemungkinan dunia jurnalistik setelah pandemi. Contoh praktik liputan di masa pandemi yang dijelaskan dalam penelitian terdahulu yaitu, mengumpulkan beberapa perspektif unik dari pengacara olahraga tentang celah dari kontrak di era pandemic Covid-19 yang salah satunya mengungkapkan bagaimana kontribusi medis dari beberapa pemain untuk mengatasi pandemic. Jadi para reporter mengangkat tentang bagaimana para pemain mendapatkan perhatian medis dari kontrak yang disepakati oleh klub. Selain itu juga terdapat wawancara eksklusif dengan beberapa atlet hebat di masa lalu. Para jurnalis olahraga juga mengangkat berita tentang cerita human interest dan melakukan liputan-liputan ringan diluar liputan rutin yang biasa dilakukan. Jurnalis atau reporter olahraga juga harus bisa berfikir 'out of the box' dikala pandemi ini, kualitas yang dipamerkan adalah kualitas yang harus ditampilkan dan diperdalam oleh jurnalis olahraga. Pendekatan, ide-ide segar, dan kegigihan untuk melihat sebuah cerita di tengah rintangan yang sangat signifikan.

d. Penelitian Terdahulu Keempat: *"Sports Journalism Content When No Sports Occur: Framing Athletics Amidst the COVID-19 International Pandemic"*

Dilakukan oleh Sean R. Sadri, Nicholas R. Buzzelli, Patrick Gentile dan Andrew C. Billings pada tahun 2021, menyatakan media olahraga fokus mengangkat tema kesehatan dan keselamatan. Pada 2020, berita olahraga mengalami pergeseran liputan yang signifikan karena pemberitaan mayoritas berisi tentang kesehatan, keselamatan, dan kualitas hidup sebagai kerangka utama dalam artikel. Dengan menunjukkan perbedaan utama dalam liputan di empat waktu berbeda, mengungkapkan bahwa konten dan

bingkai olahraga dengan cepat bergeser untuk mencerminkan tingkat keparahan yang dirasakan terhadap kesehatan global selama COVID-19. Media olahraga mengangkat tentang pendapat-pendapat beberapa ahli kesehatan soal Covid-19, yang lain meramalkan masa depan ekonomi yang tidak pasti. Cara liputannya kurang lebih sama dengan apa yang terjadi di Indonesia, liputan banyak digeser ke online dengan menggunakan telekonferensi zoom atau sejenisnya. Para jurnalis ‘dipaksa’ untuk fokus pada sudut cerita yang unik.

e. Penelitian Terdahulu Kelima: “*The Effects of Coronavirus Pandemic on the Sports Industry: An Update*”

Penelitian yang dilakukan oleh Sara Keshkar (et.al) pada 2021 ini menyatakan bahwa media olahraga di masa pandemi ini membuat media olahraga lebih memperhatikan peran pendidikan dan budaya. Beberapa temuan menunjukkan bahwa di beberapa media, peran pendidikan dan budaya kurang diperhatikan oleh jurnalis olahraga. Dalam situasi ini, "tokoh olahraga dan selebritis olahraga bahkan selebritis" di media olahraga mengimbau masyarakat untuk fokus memperhatikan kesehatan dan kebersamaan untuk melawan pandemi virus corona. Cerita baru juga bermunculan di media olahraga, beberapa di antaranya tentang kreativitas dalam berolahraga dengan fasilitas yang minim karena ada pembatasan. Beberapa didedikasikan untuk kisah atlet yang terjangkit virus corona dan berhasil melawannya. Keberhasilan ini merupakan perwujudan lain dari ‘kejuaraan dan kekalahan lawan dunia.’ Laporan tentang "kesehatan, perawatan pandemi virus corona, dan perhatian pada olahraga umum, terutama di rumah" muncul di sebagian besar media olahraga di saat pandemi ini.

2) Perbandingan Dengan Media Olahraga Yang Di teliti

a. Penelitian terdahulu 1

Mengungkapkan bahwa dari segi konten media olahraga membahas tentang sejarah masa lalu dan dampak pandemi pada bisnis olahraga. Di penelitian terdahulu 1, cara kerja jurnalis di masa pandemi adalah menggunakan beberapa jenis platform telekonferensi, seperti Skype, Zoom, Instagram, Facebook, atau FaceTime untuk melakukan wawancara. Kendalanya adalah kualitas video yang buruk dan kurangnya b-roll yang

memadai, kadang-kadang menjadi masalah bagi reporter atau penyiar olahraga.

1. Perbandingan dengan **Bolasport**:

Bolasport juga memiliki hal yang serupa yaitu ‘sejarah hari ini’, yang khasnya berisi tentang pertandingan klasik di Liga sepakbola nasional. Redaksi Bolasport di masa pandemi juga mengalami hal yang sama, bolasport juga mengalami perubahan cara meliput, yang sebelumnya bisa lebih leluasa dalam mencari berita, sekarang harus beradaptasi dengan wawancara menggunakan telekonferensi seperti zoom atau sejenisnya. Perbedaan terdapat di kendala yang dihadapi, jika di penelitian terdahulu kendalanya lebih ke kualitas video, jika Bolasport kendalanya adalah tidak bisa menanyakan isu-isu penting yang diluar konteks wawancara, contohnya ketika konferensi pers tentang timnas Indonesia tapi Bolasport tidak bisa menanyakan tentang liga 1. Lalu jika di penelitian terdahulu media olahraga menerapkan 40% WFH, Bolasport sendiri berusaha untuk sebisa mungkin bekerja dari rumah untuk semua karyawannya.

2. Perbandingan dengan **Detiksport**:

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang mengangkat tentang sejarah olahraga, berita sepakbola nasional di Detik dalam situasi pandemi ini, banyak mengangkat sisi human interest yang berhubungan dengan Covid-19. Seperti pemberitaan mengenai kepastian gaji ditengah ketidakpastian kompetisi, serta pemberitaan ringan seperti kegiatan-kegiatan yang dilakukan para pesepakbola saat liga belum berjalan dan mengangkat tentang kepastian Liga 1 dan Liga 2. Persamaan dengan Detik, Detik juga mengalami perubahan metode wawancara menjadi daring atau menggunakan telekonferensi seperti zoom atau sejenisnya. Jika memang terpaksa harus turun ke lapangan, Detik harus menerapkan protokol kesehatan seperti memakai masker, mencuci tangan dan menjauhi kerumunan. Selain itu juga Detik jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu tidak hanya mengandalkan wawancara saja, mereka juga menggunakan media sosial untuk menjadi pantulan sumber

berita. Detik juga menerapkan pembagian WFH dan WFO dan lebih sering koordinasi menggunakan chat whatsapp.

3. Perbandingan dengan **Okezone**:

Berbeda dengan penelitian terdahulu, di situasi pandemi ini, Okezone lebih sering memberitakan kehidupan pesepakbola diluar lapangan, atau di okezone diberi rubrik soccertainment. Pemberitaan yang diangkat contohnya seperti kegiatan-kegiatan pemain saat liga belum berjalan, dukungan dari pemain hingga federasi untuk tenaga kesehatan dan pemberitaan mengenai pemain atau pelatih yang terjangkit virus Corona. Untuk diketahui, soccertainment di Okezone lebih banyak memberitakan sepakbola internasional ketimbang sepakbola nasional karena menurut mereka, soccertainment ataupun berita tentang klub-klub besar eropa masih menjadi berita yang paling banyak dicari pembaca. Okezone juga memberitakan mengenai hasil, review dan preview pertandingan liga-liga eropa karena liga-liga Eropa sudah start duluan sejak bulan Juni 2020. Persamaan dengan penelitian terdahulu, Okezone juga merubah metode liputannya menjadi daring menggunakan zoom atau sejenisnya. Namun terkadang ada juga liputan langsung, tetapi harus menerapkan protokol kesehatan, misal Ketika reporter sampai ke lokasi, lebih dulu dilakukan SWAB Antigen. Jika hasilnya negatif, diizinkan mengikuti jalannya acara. Jika positif, akan dilakukan Tes SWAB PCR. Dalam hal WFH dan WFO juga berbeda, dimana jika di penelitian terdahulu 40% WFH dan sisanya WFO. Jika di Okezone, di awal masa pandemi, komposisinya WFO-WFH 50:50. Kemudian, WFO 25:75 WFH. Sekarang, komposisinya adalah WFO-WFH 50:50.

4. Perbandingan dengan **JawaPos**:

Berbeda dengan penelitian terdahulu, yang sering diberitakan JawaPos di situasi pandemi adalah memberikan berita tentang Aktivitas klub dan pemain diluar lapangan selama liga dihentikan, bursa transfer ketika para pemain Indonesia banyak yang pindah ke luar negeri dan berita mengenai tarik ulur kepastian Liga sepakbola Indonesia. Persamaan dengan JawaPos

memperbanyak wawancara by phone, menggunakan zoom jika ada liputan konferensi pers dari pihak-pihak tertentu. Selain itu, JawaPos juga memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi awal. Sama dengan penelitian terdahulu 1, JawaPos juga melakukan shifting WFO dan WFH.

b. Penelitian Terdahulu 2

Mengungkapkan bahwa dari segi konten media olahraga membahas tentang tiga pemberitaan yaitu; virus, kemanusiaan, dan peringkat atau ranking. Pemberitaan tentang virus kebanyakan mengangkat tentang bagaimana di awal-awal pandemi semua kompetisi olahraga ditunda hingga waktu yang tidak ditentukan dikarenakan virus Covid-19, pemberitaan pada kemanusiaan berfokus pada tindakan amal para pemain, tim, dan liga secara keseluruhan dan pemberitaan tentang peringkat adalah membuat artikel tentang top 100 pemain terbaik Baseball pada tahun 2020.

1. Perbandingan dengan **Bolasport:**

Terdapat persamaan konten media di Bolasport, khususnya pemberitaan ‘virus’ dimana Bolasport juga mengangkat bagaimana kondisi kompetisi olahraga khususnya sepakbola nasional saat dihentikan di pandemi. Bedanya adalah Bolasport lebih banyak mengangkat tentang ‘sejarah hari ini’. Sejarah hari ini merupakan berita-berita tentang pertandingan memorable di liga Indonesia yang pernah terjadi di hari tertentu yang sama, namun sudah beberapa tahun yang lalu. Sedangkan untuk pemberitaan tentang kemanusiaan lebih kepada bagaimana para pesepakbola *survive* dan ada berita tentang penggalangan dana yang dilakukan oleh suporter untuk membantu keuangan klub maupun tim. Sementara pemberitaan tentang ranking, itu tidak ada di Bolasport.

2. Perbandingan dengan **Detiksport:**

Persamaan dengan detiksport adalah di konten ‘virus’ dimana Detik juga mengangkat tentang dampak pandemi terhadap kondisi kompetisi olahraga. Bedanya adalah Detik serta pemberitaan ringan seperti kegiatan-kegiatan yang dilakukan para pesepakbola nasional saat liga belum berjalan dan

mengangkat tentang kepastian Liga 1 dan Liga 2. Untuk pemberitaan tentang kemanusiaan juga ada di Detiksport, bedanya jika di Detiksport lebih mengangkat tentang permasalahan-permasalahan di Liga Indonesia seperti kepastian gaji ditengah Pandemi dan bagaimana para pesepakbola bisa survive ditengah tidak adanya kompetisi. Sedangkan untuk pemberitaan mengenai ranking, tidak ada di Detiksport.

3. Perbandingan dengan **Okezone:**

Okezone juga sama dengan penelitian terdahulu yaitu konten ‘virus’ dimana Okezone juga mengangkat tentang dampak pandemi terhadap kondisi kompetisi olahraga. Bedanya, Okezone lebih sering memberitakan kehidupan pesepakbola diluar lapangan, atau di okezone diberi rubrik soccertainment. Pemberitaan yang diangkat contohnya seperti kegiatan-kegiatan pemain saat liga belum berjalan, dukungan dari pemain hingga federasi untuk tenaga kesehatan dan pemberitaan mengenai pemain atau pelatih yang terjangkit virus Corona. Untuk berita mengenai ‘kemanusiaan’ juga ada di Okezone, bedanya jika di penelitian terdahulu mengangkat tentang kegiatan amal, sedangkan Okezone tentang harapan si pesepakbola dan pelatih terkait kelanjutan kompetisi, serta kehidupan pesepakbola di masa pandemi. Sedangkan pemberitaan seperti ‘peringkat’ tidak diangkat oleh Okezone.

4. Perbandingan dengan **JawaPos:**

Sama dengan penelitian terdahulu, di masa pandemi JawaPos juga mengangkat tentang dampak pandemi pada kondisi kompetisi olahraga. Bedanya, JawaPos lebih memberikan berita tentang aktivitas pemain/pelatih di luar lapangan, tema bursa transfer karena banyak pemain yang ke luar negeri dan langkah-langkah PSSI dalam upaya menjalankan liga. Untuk pemberitaan mengenai ‘kemanusiaan’ lebih kepada bagaimana para pemain bisa survive ditengah tidak adanya kompetisi. Sedangkan pemberitaan ‘ranking’ tidak diangkat oleh JawaPos.

c. Penelitian Terdahulu 3

Cara kerja jurnalis di masa pandemic adalah mengumpulkan beberapa perspektif unik tentang olahraga, wawancara eksklusif dengan beberapa atlet hebat di masa lalu dan para jurnalis olahraga juga mengangkat berita tentang cerita human interest dan melakukan liputan-liputan ringan diluar liputan rutin yang biasa dilakukan.

1. Perbandingan dengan **Bolasport**:

Cara kerja jurnalis di penelitian terdahulu 3 memiliki persamaan dengan Bolasport. Bolasport di masa pandemi ini juga mengumpulkan perspektif-perspektif unik tentang olahraga, seperti rubrik 'sejarah hari ini' yang menampilkan momen-momen pertandingan yang memorable di liga sepakbola nasional dan ada rubrik lifestyle yang isinya adalah kehidupan para pelaku olahraga diluar lapangan. Bolasport juga melakukan wawancara-wawancara eksklusif di official youtube mereka, bukan hanya dengan atlet saja melainkan juga dengan pelaku sepakbola lainnya seperti pengurus klub. Bolasport juga melakukan liputan-liputan ringan diluar liputan rutin yang memang saat ini sangat terbatas, contohnya seperti yang di 'sejarah hari ini' tersebut. Sedangkan untuk human interest, Bolasport kurang mengangkatnya menjadi berita. Ada namun tidak terlalu ditonjolkan.

2. Perbandingan dengan **Detiksport**:

Persamaan dengan Detik, Detik di masa pandemi ini juga memberikan perspektif-perspektif unik tentang olahraga dimana Detik banyak membuat berita yang ringan-ringan, seperti pemberitaan mengenai kisah atau gosip diluar lapangan. Dalam memberitakan berita tersebut, Detik berusaha untuk membuat judul-judul yang menarik agar dapat menarik minat pembaca. Untuk pemberitaan human interest juga ada di Detiksport, bedanya jika di Detiksport lebih mengangkat tentang permasalahan-permasalahan di Liga Indonesia seperti masalah gaji. Perbedaananya, Detik tidak melakukan wawancara eksklusif dengan atlet-atlet.

3. Perbandingan dengan **Okezone**:

Okezone juga memberikan perspektif-perspektif unik tentang olahraga dimana di situasi pandemi ini, Okezone lebih sering memberitakan kehidupan pesepakbola diluar lapangan, atau di okezone diberi rubrik soccertainment. Pemberitaan yang diangkat contohnya seperti kegiatan-kegiatan pemain saat liga belum berjalan. Untuk berita mengenai human interest juga ada di Okezone, bedanya jika di penelitian terdahulu mengangkat tentang kegiatan amal, sedangkan Okezone tentang harapan si pesepakbola dan pelatih terkait kelanjutan kompetisi, serta dukungan dari pemain hingga federasi untuk tenaga kesehatan dan pemberitaan mengenai pemain atau pelatih yang terjangkit virus Corona. Perbedaannya, Okezone tidak melakukan wawancara eksklusif dengan atlet-atlet.

4. Perbandingan dengan **JawaPos:**

Persamaan dengan JawaPos, di masa pandemi ini juga memberikan perspektif-perspektif unik tentang olahraga dimana JawaPos lebih memberikan berita tentang aktivitas pemain/pelatih di luar lapangan, tema bursa transfer karena banyak pemain yang ke luar negeri dan langkah-langkah PSSI dalam upaya menjalankan liga. Bedanya adalah JawaPos tidak terlalu menonjolkan pemberitaan human interest dan tidak ada wawancara eksklusif dengan atlet.

d. Penelitian Terdahulu 4

mengungkapkan bahwa dari segi konten media olahraga mayoritas membahas tentang isu kesehatan dan keselamatan, mengungkapkan bahwa konten dan bingkai olahraga dengan cepat bergeser untuk mencerminkan tingkat keparahan yang dirasakan terhadap kesehatan global selama COVID-19. Di penelitian terdahulu 4, cara kerja jurnalis di masa pandemic digeser menjadi online dengan memanfaatkan telekonferensi zoom atau sejenisnya.

1. Perbandingan dengan **Bolasport:**

Perbedaan dengan Bolasport, Bolasport tetap fokus memberitakan sepakbola. Bolasport lebih banyak mengangkat tentang berita-berita di luar lapangan seperti pemberitaan

mengenai sejarah sepakbola, aktivitas transfer hingga apa saja yang dilakukan pemain selama tidak ada kompetisi. Bolasport juga memiliki rubrik sendiri yaitu Lifestyle. Di rubrik tersebut dibagi lagi menjadi beberapa bagian yaitu gosip, primadona dan sportbiz. Di rubrik gosip dan primadona berisi tentang kehidupan asmara pemain sepakbola, sedangkan Sportbiz itu berisi tentang info film-film sepakbola. Persamaan dengan Bolasport, Bolasport juga mengalami perubahan metode wawancara menjadi daring atau menggunakan telekonferensi seperti zoom atau sejenisnya.

2. Perbandingan dengan **Detiksport:**

Berbeda dengan penelitian terdahulu, Detiksport yang tetap fokus memberitakan isu yang berkaitan dengan olahraga khususnya sepakbola. Pemberitaan mengenai sepakbola masih menjadi berita yang tinggi peminatnya di detiksport. Selain itu terdapat pemberitaan-pemberitaan mengenai kepastian gaji ditengah ketidakpastian kompetisi, serta pemberitaan ringan seperti kegiatan-kegiatan yang dilakukan para pesepakbola saat liga belum berjalan dan mengangkat tentang kepastian Liga 1 dan Liga 2. Sedangkan persamaannya, Detik juga mengalami perubahan metode wawancara menjadi daring atau menggunakan telekonferensi seperti zoom atau sejenisnya.

3. Perbandingan dengan **Okezone:**

Okezone juga tetap fokus pada pemberitaan olahraga. Okezone memiliki rubrik soccertainment yang berisi tentang kisah-kisah di luar lapangan. Pemberitaan yang diangkat contohnya seperti kegiatan-kegiatan pemain saat liga belum berjalan, dukungan dari pemain hingga federasi untuk tenaga kesehatan dan pemberitaan mengenai pemain atau pelatih yang terjangkit virus Corona. Untuk diketahui, soccertainment di Okezone lebih banyak memberitakan sepakbola internasional ketimbang sepakbola nasional karena menurut mereka, soccertainment ataupun berita tentang klub-klub besar eropa masih menjadi berita yang paling banyak dicari pembaca. Okezone juga memberitakan mengenai hasil, review dan preview

pertandingan liga-liga eropa karena liga-liga Eropa sudah start duluan sejak bulan Juni 2020. Persamaan dengan penelitian terdahulu, media olahraga Okezone yang juga mengalami perubahan metode wawancara menjadi daring atau menggunakan telekonferensi seperti zoom atau sejenisnya.

4. Perbandingan dengan **JawaPos**:

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang fokus pada isu Kesehatan, JawaPos menampilkan bagaimana dunia persepakbolaan di situasi sekarang ini. Khususnya Liga sepakbola nasional yang paling lama soal adanya kejelasan. JawaPos memberikan berita tentang aktivitas klub dan pemain ditengah pandemi, bursa transfer hingga sisi unik pemain. JawaPos juga mengalami perubahan metode wawancara menjadi daring atau menggunakan telekonferensi seperti zoom atau sejenisnya.

e. **Penelitian Terdahulu 5**

Mengungkapkan bahwa dari segi konten media olahraga memperlihatkan bahwa pemberitaan di masa pandemi fokus memperhatikan kesehatan dan kebersamaan, dimana jika sebelum pandemi, media jarang sekali memperhatikan isu ini. Selain pemberitaan mengenai kesehatan, terkadang diselingi tentang berita bagaimana para atlet memanfaatkan waktu dirumah mereka untuk melakukan olahraga.

1. Perbandingan dengan **Bolasport**:

Di Bolasport sendiri, perbedaannya adalah Bolasport tetap memberitakan dan liputan mengenai isu yang berkaitan dengan olahraga, khususnya sepakbola. Bolasport lebih banyak mengangkat tentang berita-berita di luar lapangan seperti pemberitaan mengenai sejarah sepakbola, aktivitas transfer hingga apa saja yang dilakukan pemain selama tidak ada kompetisi. Bolasport juga memiliki rubrik sendiri yaitu Lifestyle. Di rubrik tersebut dibagi lagi menjadi beberapa bagian yaitu gosip, primadona dan sportbiz. Di rubrik gosip dan primadona berisi tentang kehidupan asmara pemain sepakbola, sedangkan Sportbiz itu berisi tentang info film-film sepakbola. Sedangkan

persamaannya adalah, Bolasport juga mengangkat mengenai bagaimana para atlet memanfaatkan waktu saat di rumah saja melalui platform youtube ataupun Live Instagram.

2. Perbandingan dengan **Detiksport:**

Berbeda dengan penelitian terdahulu, Detiksport yang tetap fokus memberitakan isu yang berkaitan dengan olahraga khususnya sepakbola. Pemberitaan mengenai sepakbola masih menjadi berita yang tinggi peminatnya di detiksport. Selain itu terdapat pemberitaan-pemberitaan mengenai kepastian gaji ditengah ketidakpastian kompetisi, serta pemberitaan ringan seperti kegiatan-kegiatan yang dilakukan para pesepakbola saat liga belum berjalan dan mengangkat tentang kepastian Liga 1 dan Liga 2. Sedangkan persamaannya, Detik juga mengalami perubahan metode wawancara menjadi daring atau menggunakan telekonferensi seperti zoom atau sejenisnya.

3. Perbandingan dengan **Okezone:**

Okezone juga tetap fokus pada pemberitaan olahraga. Okezone memiliki rubrik soccertainment yang berisi tentang kisah-kisah di luar lapangan. Pemberitaan yang diangkat contohnya seperti kegiatan-kegiatan pemain saat liga belum berjalan, dukungan dari pemain hingga federasi untuk tenaga kesehatan dan pemberitaan mengenai pemain atau pelatih yang terjangkit virus Covid-19. Untuk diketahui, soccertainment di Okezone lebih banyak memberitakan sepakbola internasional ketimbang sepakbola nasional karena menurut mereka, soccertainment ataupun berita tentang klub-klub besar eropa masih menjadi berita yang paling banyak dicari pembaca. Okezone juga memberitakan mengenai hasil, review dan preview pertandingan liga-liga eropa karena liga-liga Eropa sudah start duluan sejak bulan Juni 2020. Persamaan dengan penelitian terdahulu, media olahraga Okezone yang juga mengalami perubahan metode wawancara menjadi daring atau menggunakan telekonferensi seperti zoom atau sejenisnya.

4. Perbandingan dengan **JawaPos:**

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang fokus pada isu kesehatan, JawaPos di masa pandemi ini fokus memberitakan isu mengenai olahraga khususnya sepakbola nasional. JawaPos lebih memberikan berita tentang aktivitas pemain/pelatih di luar lapangan, tema bursa transfer karena banyak pemain yang ke luar negeri dan langkah-langkah PSSI dalam upaya menjalankan liga. Sedangkan persamaannya, JawaPos juga mengalami perubahan metode wawancara menjadi daring atau menggunakan telekonferensi seperti zoom atau sejenisnya.

F. Kerangka Teori

1) Manajemen Redaksional

Manajemen redaksional menurut Trianton (2016) adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen pada bidang jurnalistik untuk menghasilkan produk media massa melalui tahap; perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan, yang berhubungan dengan bagaimana melakukan peliputan, penulisan sampai pada editing dan layout. Definisi manajemen tersebut senada dengan konsep POAC menurut George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (dalam Sukarna, 2011) di mana yang merupakan fungsi dari sebuah manajemen adalah planning (perencanaan), organizing (pengorganisasian), actuating (pelaksanaan) dan controlling (pengawasan). Ini juga senada dengan pengertian manajemen menurut John D. Millet (dalam Siswanto, 2016) bahwa manajemen adalah suatu rangkaian aktivitas satu sama lain yang saling berurutan. Berurutan dalam hal ini adalah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Dalam memproduksi pemberitaan yang berkualitas, bisa disimpulkan bahwa manajemen redaksi merupakan kekuatan dan daya tarik suatu media, di mana berita dan informasi yang ditampilkan kepada khalayak menjadi daya tarik yang dimaksud. Manajemen redaksional juga dibutuhkan oleh media untuk mengetahui tren yang sedang berkembang di suatu waktu tertentu dan untuk memunculkan inovasi baik internal maupun eksternal. Manajemen redaksional menjadi ciri khas dan pembeda bagi masing-masing media, dalam arti manajemen redaksional dibutuhkan agar berbeda antara satu media dengan media-media

yang lain. Seperti yang sudah disebutkan, ada empat tahapan yang berjalan di manajemen redaksional. Adapun tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Planning (Perencanaan)

Tahap perencanaan di manajemen redaksional dibuat dalam rapat redaksi masing-masing media. Menurut Trianton (2016) tahap perencanaan dimulai dengan rapat redaksi di mana dalam rapat tersebut membahas untuk menetapkan proyeksi dan kebijakan media. Proyeksi yang dimaksud antara lain adalah perencanaan mengenai berita yang akan disajikan, menetapkan visi, misi dan rubrikasi, nilai berita dan kode etik jurnalistik. Nantinya hasil dari semua itu akan menetapkan kebijakan suatu media tentang jenis dan tema-tema tulisan dan berita yang akan di *publish*. Hal ini juga sama dengan penjabaran tahap perencanaan menurut Nickels dan McHugh (dalam Sule dkk, 2005) di mana pada tahap perencanaan adalah menentukan tujuan dan target, menetapkan sumber-sumber yang dibutuhkan, merumuskan strategi untuk mencapai tujuan dan menentukan indikator keberhasilan dalam pencapaian target dan tujuan.

b. Organizing (Pengorganisasian)

Menurut Fayol (dalam Djuroto, 2004) tahap pengorganisasian di manajemen redaksional adalah pembagian tugas, pengelompokkan pegawai dan sebagainya. Tahap pengorganisasian merupakan penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, lingkungan dan sumber daya yang dimiliki. Di dalam tahap pengorganisasian ini ada pemimpin redaksi yang memiliki tugas untuk merencanakan kegiatan, merumuskan strategi redaksi media dan mengarahkan jalannya proses redaksi. Pemimpin redaksi dibantu oleh redaktur. Secara umum, struktur suatu redaksi media terdiri dari pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, coordinator liputan dan reporter.

c. Actuating (Penggerakan)

Menurut Handoko (2015) tahap penggerakan dalam manajemen redaksional adalah untuk menggerakan keredaksian untuk bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Sedangkan menurut Trianton (2016) tahap penggerakan dilakukan dengan menggerakan jurnalis atau wartawan dengan semua fasilitas penunjang

agar dapat bekerja untuk menghasilkan produk jurnalistik yang berkualitas. Contoh aktivitas jurnalistik yang dilakukan wartawan adalah; liputan, penyusunan berita, penulisan berita dan penyuntingan berita.

d. Controlling (Pengawasan)

Menurut Trianton (2016) tahap pengawasan adalah melihat apakah semua di tahap-tahap sebelumnya telah sesuai dengan rencana atau tidak. Di tahap pengawasan ini, yang dilakukan oleh redaksi adalah mengevaluasi dan penyuntingan berita yang akan disajikan untuk kemudian disesuaikan dengan konsep berita dan ciri umum nilai berita yang berlaku secara umum.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka dapat disimpulkan yang dimaksud dengan manajemen redaksional adalah bagaimana tahapan atau alur kerja redaksi mulai dari proses perencanaan sampai pada proses pendistribusian dilaksanakan dengan melaksanakan fungsi manajemen yang meliputi tahapan planning, organizing, actuating, dan controlling. Redaksi merupakan bagian terpenting atau dapat dikatakan nafas dari sebuah lembaga pers.

Pola kerja yang dipunyai oleh divisi redaksional bisa dibilang cukup unik. Setiap karakter dan potensi dari media yang menjadi saluran pemberitaan dicocokkan dengan berbagai waktu kerja redaksional. Pola kerja redaksional disibukkan oleh proses rapat redaksi di mana dalam rapat tersebut menentukan peristiwa apa yang akan diangkat atau peristiwa mana yang tidak diangkat, di mana selanjutnya pola kerja redaksional meliputi penataan pekerja berita yang merencanakan, melaksanakan dan menghasilkan peristiwa yang diberitakan. Dapat disimpulkan, dalam manajemen redaksional memang mengerucut kepada empat tahap penting yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Keempatnya adalah tahap yang harus berurutan dan saling terkait.

Menurut Prasetyanti (2018) setiap portal berita media online pasti mempunyai seorang pemimpin redaksi untuk memimpin jalannya redaksi. Pemimpin redaksi atau biasa disebut pemred melakukan aktivitas redaksional sesuai dengan apa yang telah menjadi kesepakatan dalam perencanaan sebuah berita, penetapan liputan, hingga berita *opening news*. Pemred memiliki tugas utama yaitu mengoordinir semua aktivitas yang terkait dengan keredaksian dan memberikan tugas untuk timnya untuk menyusun berita. Dalam bukunya,

Kusumaningrat (2005) menyatakan bahwa dalam memproduksi sebuah berita, pemimpin redaksi dibantu oleh redaktur pelaksana, editor dan asisten redaktur serta wartawan yang bertugas melakukan liputan di lapangan atau saat ada sebuah peristiwa yang penting dan aktual. Sedangkan redaktur pelaksana adalah yang bertanggung jawab tentang berita apa yang akan disajikan. Di mana dalam perencanaan sebuah berita, di bawah redaktur pelaksana terdapat staf - staf yang mengerjakan lebih detailnya, seperti asisten redaktur pelaksana, redaktur, editor hingga reporter. Redaktur sendiri biasanya dibagi lagi menjadi beberapa orang sesuai dengan rubrik yang ada di suatu media.

Dengan perkembangan internet yang pesat saat ini telah merubah newsroom yang ada. Saat ini berita-berita lebih gampang didapat, lebih cepat, dan penyebarannya jauh lebih luas. Pada era jurnalisme online sekarang, membuat wartawan harus selalu update informasi, sehingga para wartawan memiliki kebebasan dalam mengupload berita tanpa terbatas oleh waktu. Menurut Romli (2012) dapat diketahui bahwa menyampaikan pesan melalui internet disebut juga dengan jurnalistik online. Sedangkan menurut Trianton (2016), jurnalistik online adalah proses penyampaian pesan atau informasi yang memanfaatkan jaringan internet sebagai mediumnya sehingga memudahkan akses informasi dan distribusi kepada masyarakat.

Di media online, format penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio dan visual. Maka dari itu, model-model jurnalisme via internet dan teknologi seluler yang membawa kecanggihan teknologi ini juga berdampak kepada praktik kerja jurnalisme mainstream (cetak, radio, dan televisi). Salah satu contoh bentuk media online adalah situs berita. Sebuah situs berita dirancang sedemikian rupa untuk dapat diakses secara gratis oleh pembaca. Tidak seperti media massa konvensional sebelumnya yang memiliki bentuk fisik media, media online terdiri atas halaman-halaman web di dalamnya. Distribusi produk media online lebih kepada distribusi informasi dengan cara akses terhadap situs media online yang bersangkutan lewat jaringan internet. (Ramadhani, 2017)

Menurut Trianton (2016), jurnalistik online memiliki beberapa karakteristik yang khas dibanding media konvensional, yaitu:

1. Bersifat real time

Media online memiliki kecepatan akses informasi yang luar biasa. Berbagai macam berita, hingga peristiwa-peristiwa

penting bisa langsung dipublikasikan saat kejadian sedang berlangsung. Walaupun televisi dan radio bisa melakukan hal yang sama, kedua media konvensional tersebut memiliki keterbatasan ruang (rubrik, waktu, durasi siar) dan jangkauan.

2. Jurnalistik online bersifat interaktif dan interkoneksi yang nirbatas (tanpa batas)

Media online menyediakan ruang interaksi antar pembaca yang ingin memberikan respon atau tanggapan secara langsung, seperti misal di kolom komentar yang disediakan (interaktif). Audiens juga bisa berbagai tautan (hyperlink) yang berisi informasi-informasi yang terkait.

3. Jurnalistik media online menyediakan fitur multimedia

Informasi yang disediakan media online tidak hanya berformat teks, tulisan atau gambar. Informasi juga bisa dilengkapi dengan video. Format multimedia ini membuat media online dapat menciptakan imajinasi, ilusi dan ruang maya melalui teknologi cyber.

Menurut Hollifield (dalam Ramadhani, 2017) dengan semakin berkembangnya teknologi produksi digital membuat khalayak dapat memproduksi konten sesuai apa yang dikehendaki mereka, dan melalui internet konten tersebut bisa dibagikan secara luas dan global. Perkembangan teknologi tersebut juga menjadi salah satu faktor perubahan dalam industri media. Dengan adanya teknologi di zaman sekarang ini, keberadaan manajemen virtual dan kelompok kerja virtual membuat tren bekerja di rumah menjadi semakin populer. Hal ini juga membuat perusahaan atau organisasi menjadi lebih fleksibel dan efisien karena pekerjanya bisa bekerja dari mana saja. (Purbo O.W, dalam Franciscus (2014)

2) Newsroom

Dalam bukunya, Gonzalez (2017) menjelaskan bahwa newsroom adalah ruang aktual untuk pengambilan keputusan dalam pengembangan jurnalisme online, di mana genre, rutinitas, nilai dan produk diuji dan dibuat. Sedangkan menurut Sambo dan Yusuf (2017) newsroom atau ruang redaksi diumpamakan sebagai jantung pada pemberitaan sebuah media. Newsroom berawal dari media

cetak dan berkembang ke media online. Dari bagian tersebut ada beberapa yang tidak boleh dipisahkan, yaitu produksi berita dan pengumpulan berita karena keduanya harus bekerja secara bersamaan. Jika newsroom bekerja dengan baik, maka hasil yang diproduksi pun akan baik. Karena newsroom salah satu hal paling penting bagi sebuah media untuk produksi berita berkualitas. Newsroom digambarkan sebagai pusat operasi pengumpulan berita yang akan dipublikasikan baik di media cetak, siaran ataupun Online (Franklin dkk, 2005). Ruangan ini merupakan tempat bertemu para awak redaksi sehingga dapat terjadi komunikasi antara mereka. Terdapat koordinasi antara pemimpin redaksi dan redaktur, serta antara redaktur dan reporter di dalam ruang tersebut. Oleh karena itu, ruang ini juga merupakan tempat untuk perencanaan dan pengambilan keputusan dalam mempublikasikan sebuah berita (Franklin dkk, 2005).

Gonzalez (2017) mendeskripsikan bagaimana berita diproduksi di newsroom: direktur atau pemimpin yang memutuskan tempat di mana koresponden dan kru kamera ditugaskan; asisten editor memilih cerita apa yang akan dibahas dan dibuat oleh siapa; editor di lapangan, selalu stand by untuk berhubungan dengan editor, biasanya mengawasi persiapan dan pembuatan berita; editor ini, di bawah pengawasan produser dan koresponden, merekonstruksi cerita di video; narasi ditulis kemudian di sempurnakan oleh editor lapangan, dan versi akhir biasanya ditulis oleh koresponden; para penulis kemudian menyiapkan yang akan menjadi *lead*, yang memperkenalkan suatu program berita; dan editor membuat keputusan akhir tentang apakah cerita akan ditampilkan, direvisi kembali atau ditampilkan sama sekali. Newsroom juga berfungsi untuk membantu wartawan untuk mengerjakan tugas mereka, salah satunya adalah dengan mengkategorikan jenis berita yang akan diliput sehingga para wartawan tahu apa yang akan mereka kerjakan. Melalui newsroom wartawan menjadi terbiasa untuk membuat suatu berita karena sudah dikategorikan masing-masing. Wartawan atau jurnalis dibiasakan untuk mengenal lima kategori berita seperti hard news, soft news, spot news, develop news dan continuing news. Di dalam setiap newsroom, terdapat rutinitas media dan dinamika kerja yang berbeda satu sama lain. Rutinitas ini meliputi beberapa hal seperti rapat redaksi, hingga kepastian konten yang akan ditampilkan kepada pembaca. (Nurrahmani, 2017)

Menurut Quinn (2002) ada tiga perubahan besar yang perlu terjadi di newsroom untuk berkembang. Yang pertama dan yang paling penting menyangkut pola pikir Jurnalistik dan cara Jurnalis melihat pekerjaan mereka. Berita bergerak menjadi platform spesifik untuk berbagai bentuk karena permintaan konsumen dan perubahan gaya hidup. Jurnalis harus bersedia mengubah cara kerja mereka, dan ini awalnya membutuhkan cara baru untuk melihat peran mereka. Perubahan berikutnya berkaitan dengan struktur fisik newsroom. Geografi secara langsung mempengaruhi aliran informasi dan newsroom zaman Pengetahuan perlu melihat dan bekerja berbeda untuk memfasilitasi aliran itu. Perubahan ketiga menyangkut teknologi yang digunakan wartawan dan sikap mereka untuk itu. Jurnalis harus menerima keuntungan dari teknologi. Pada saat yang sama, manajer editorial perlu melihat bahwa teknologi hanyalah alat untuk melakukan jurnalisme yang lebih baik, dan wartawan membutuhkan pelatihan untuk menggunakan alat - alat ini agar efektif. Begitu juga dengan newsroom yang multi-platform, jurnalis yang berbeda platform, misalnya dari surat kabar, Online, dan televisi menyatukan dirinya dalam satu ruang produksi berita. Mereka mengerjakan tugas sesuai dengan platform medianya. Sebagai contoh adalah Tampa News Center di Florida. Pada tahun 2000, seluruh staf dari Tampa Tribune, WFLA-TV, dan TBO.com yang semuanya dimiliki oleh Media general Inc, pindah ke sebuah fasilitas gedung baru yang bernilai 40 miliar dollar AS yang dilengkapi dengan studio TV di lantai pertama dan Newsroom bersama di lantai atasnya. Mereka bekerja sama antar jurnalis dari media yang berlainan dalam bentuk crossmedia, yaitu liputan bersama dengan publikasi melalui platform masing-masing. Para editor dari berbagai platform media duduk bersama dalam rapat perencanaan liputan. (Quinn, 2002)

G. Metode Penelitian

1) Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, di mana menurut Mulyana (2011) paradigma konstruktivis ini memandang sebuah realitas sosial atau suatu peristiwa di konstruksidengan cara dibentuk atau biasa disebut dengan pertukarn makna. Pandangan paradigma ini terhadap ilmu sosial adalah sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan

tentang bagaimana menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara. Di penelitian ini peneliti akan melakukan pengumpulan data dari hasil wawancara. Informan penelitian adalah perwakilan dari redaksi media yakni Bolasport.com, Detik.com, Okezone.com dan JawaPos.com (Catatan: nama informan, jabatan, teknik wawancara, dan waktu wawancara dapat dibaca di Tabel 3.1). Pengambilan data berlangsung saat Covid-19 masih merebak di Indonesia, sehingga pemerintah pun masih menganjurkan untuk meminimalkan pertemuan tatap muka. Hal ini membuat wawancara berlangsung secara tertulis menggunakan media surat elektronik (peneliti mengirim daftar pertanyaan dan informan membalas) dan menggunakan platform video conferencen semacam Zoom atau Google Meet. Wawancara lewat video conference di *record* atas persetujuan informan.

Wawancara melalui surat elektronik atau memanfaatkan video conference memiliki keuntungan karena peneliti bisa mewawancarai informan yang berada di lokasi berbeda, tanpa harus bertemu langsung. Sebagai tambahan, keuntungan wawancara melalui surat elektronik adalah informan bisa lebih fokus dan memiliki waktu untuk memikirkan dan mempertimbangkan jawaban yang disampaikan. Jawaban secara tertulis juga memungkinkan informasi yang lebih terstruktur. Meski begitu kelemahannya adalah faktor jarak bisa mempengaruhi relasi interpersonal antara pewawancara dengan Informan, sehingga ada kesulitan untuk menggali fakta lebih dalam. (Block & Erskine, 2012; Ratislavová & Ratislav, 2014; dalam Prastya & Ida, 2020)

2) Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 1 sampai 2 bulan. Sedangkan tempat pelaksanaan penelitian adalah melalui daring karena Covid-19.

3) Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, informan tersebut yang didapatkan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yakni purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan kecenderungan peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan permasalahan

secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber yang kredibel. Informan dalam penelitian ini pimpinan redaksi dari masing-masing media.

4) Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer didapatkan dengan melakukan pengambilan data langsung ke lapangan. Pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan purposive sampling yaitu kecenderungan peneliti memilih informan yang menganggap bahwa informan mengetahui informasi dan masalah secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang lebih akurat. Data primer di penelitian ini menggunakan wawancara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk melengkapi data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian yang diperoleh dari hasil perpustakaan yang sudah tersedia dalam bentuk buku-buku dan tulisan ilmiah yang berkaitan dengan materi yang diteliti. Selain itu juga pengumpulan berita dari media online yang diteliti terkait dengan pemberitaan Liga Sepakbola Nasional.

5) Analisis Data

Tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, kesimpulan. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola. Analisis data dilakukan sejak data mulai dikumpulkan, diedit, dikategorikan, serta dicari kesesuaian pada data tersebut untuk kemudian dianalisis. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada menyusun secara sistematis. (Moleong, 2007).

a. Pengumpulan data: peneliti memperoleh data dari hasil wawancara dengan Pimpinan redaksi media-media olahraga.

- b. Reduksi data: merupakan bagian dari analisis sehingga peneliti mensortir data mana yang akan di kode, dan mana yang harus dibuang, kemudian meringkas keseluruhan dari hasil data yang didapat.
- c. Penyajian data: proses penyajian data-data dari hasil penelitian yang telah melalui tahap reduksi, kemudian peneliti mencermati penyajian data tersebut, kemudian memperdalam data
- d. Penarikan kesimpulan: setelah menyelesaikan tahap-tahap diatas maka, peneliti dapat menarik kesimpulan.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Bolasport.com

1) Sejarah Singkat

Menurut yang penulis baca dari website resmi Bolasport.com, <https://www.bolasport.com/about>, Bolasport.com adalah portal berita olahraga yang lahir pada 24 Juli 2017. Bolasport.com adalah hasil penggabungan dari SuperBall.id dan Juara.net, yang dibidani dan ditopang oleh media Tribunnews.com, Kompas.com dan Tabloid Bola. Bolasport.com saat ini menjadi induk dari media SuperBall.id, BolaStylo.com, SportFeat.com dan BolaNas.com. Seluruh brand itu tergabung dalam BolaSport Network. BolaSport Network sendiri beralamat di Gedung Grid Network Kompas Gramedia Jalan Gelora VII No 3 RT 02 RW 02 Gelora, Tanah Abang Jakarta Pusat 10270. Bolasport.com juga termasuk kedalam Kompas Gramedia grup yang berada di bawah payung KG Media.

2) Struktur Redaksi

Menurut yang penulis baca dari website resmi Bolasport.com, <https://www.bolasport.com/editorials>, manajemen redaksi Bolasport.com terdapat susunan anggota redaksi sebagai berikut:

- **Director/Chief Digital Officer :**

Dahlan Dahi

- **Editor-in-Chief :**

Taufik Batubara

- **Managing Editor:**

Hery Prasetyo

- **Assistant Managing Editor:**

Dwi Widijatmiko

- **Editors:**

Beri Bagja Putra Pamungkas, Delia Mustikasari, Diya Farida Purnawangsuni, Septian Tambunan, Bagas Reza Murti, Ananda Lathifah Rozalina, Metta Rahma Melati, Ardhianto Wahyu Indraputra, Ade Jayadireja, Mochamad Hary Prasetya, Imadudin Robani Adam, Nungki Nugroho

- **Reporters:**

Lariza Oky Adisty, Sri Mulyati, Eko Isdiyanto, Aziz Gancar Widyamukti, Bonifasius Anggit Putra Pratama, Agung Kurniawan, Nestri Yuniardi, Hugo Hardianto Wijaya, Adi Nugroho, Fauzi Handoko Arif, Nuranda Indrajaya, Arif Setiawan, Reno Kusdaroji, Ridwan Budiman, Rebiyyah Salasah, Wila Wildayanti, Abdul Rohman, Ibnu Shiddiq Nur Fitri, Mukhammad Najmul Ula, Unggul Tan Ngasorake, Fiqri Al Awe, Rinaldy Azka Abdillah, Muhamad Husein, Raka Kisdiyatma Galih, Muhammad Zaki Fajrul Haq

- **Photographer:**

Muhammad Alif Aziz Mardiansyah

- **Multimedia Team:**

Y Ndaru Guntur Nugroho, Harry Wahyu Pratama, Mutiara Kurnia Gusti, Reyhanesa Putra, Tara Yanuar

- **Social Media & SEO Team**

Ragil Darmawan, Lola June A Sinaga, Rara Ayu Sekar Langit, Guntur Aji Bayu Riyanto

- **Secretaries:**

Theresia Margareth, Sheila Miftha

B. Detik.com

1) Sejarah Singkat

Berawal dari tahun 1998, tabloid Detik ketika itu termasuk kedalam surat kabar yang gencar memberitakan situasi politik di Indonesia yang sedang dalam masa krisis. Tabloid mingguan detik yang mengupas masalah politik sebagai polol bahasan dinilai menyerang penguasa pemerintahan orde baru karna berita-beritanya yang terlalu keras, sehingga tabloid detik dipaksa untuk menyudahi kiprahnya untuk terbit oleh Menteri Penerangan, tabloid Detik dicabut surat ijin usaha penerbitan yang merupakan surat ijin usaha media massa. (Prasastiawan, 2018)

Detik.com dikenal masyarakat sebagai pelopor jurnalistik online di Indonesia. Pada perkembangannya, Detik.com tidak hanya menyediakan berita berbasis website namun juga melalui aplikasi mobile android, blackberry dan iPhone. Secara resmi Detikcom berada di bawah Trans Corp pada 3 Agustus 2011, setelah CT Corp mengakuisisi Detik.com.

Setelah diakuisisi oleh Chairul Tanjung, situs Detik.com menjadi semakin populer di Indonesia, yang awalnya hanya menawarkan tampilan berita actual yang

diperbaharui setiap waktu. Dengan meningkatnya kebutuhan khalayak akan berbagai informasi yang beragam, situs Detik.com kini tidak hanya menyajikan berita seputar sosial politik namun ikut menyajikan berita seputar gaya hidup, olahraga, ekonomi, entertainment juga lainnya. Dalam situs maupun aplikasi Detik.com hal tersebut dapat diakses melalui kana berita sebagai berikut:

- Detik News
Memuat Informasi berita politik juga peristiwa-peristiwa terkini yang selalu diperbaharui seperti kecelakaan, criminal, hukum, berita unik, dan lioutan khusus di Indonesia maupun Internasional.
- Detik Finance
Memuat berita ekonomi, keuangan dan terbaru bisnis, finansial, perbangkan, investasi, market research dan lainnya.
- Detik Food
Memuat Informasi berita, artikel, tips-tips seputar kuliner, reseo, review tempat makanan, makanan anak & makanan sehat yang dilengkapi video resep, cooking clas juga tips memasak.
- Detik Hot
Memuat Informasi berita, foto, video seputar selebriti, music, film, KPOP, Seni, Budaya dan lainnya. Dengan menjanjikan berta terHot dari dunia hiburan.
- Detik Inet
Merupakan situs berita teknologi informasi dan komunikasi terkini, mengulas tentang dunia internet, gadget, hardware, software, komputer, aplikasi, dan lainnya.
- Detik Sport
Memuat informasi berita seputar olahraga terbaru tentang sepakbola, motogp, basket. Tenis, bulutangkis, formula, dan olahraga lainnya.
- Detik Health
Menyajikan layanan informasi berita, artikel dan tips-tips tentang kesehatan terbaru seperti, diet, parenting, seks, obat dan penyakit juga dapat melakukan konsultasi dokter dan kalkulator kesehatan.
- 20 Detik
Merupakan Kanal yang menyajikan berita dengan bentuk video
- Detik Foto

Memuat berita foto terbaru dari berita politik, peristiwa, ekonomi, hukum, criminal, kecelakaan, olahraga, sepakbola, otomotif, teknologi, sains, selebriti, dan lainnya.

- **Detik Travel**

Memuat berita atau artikel inspirasi liburan dan jalan-jalan, wisata, profil destinasi Indonesia dan luar Negeri, itinerary, cerita perjalanan, foto dan tips traveling.

- **Detik Forum**

Merupakan tempat diskusi online pengguna Detik.com yang membahas berita, gossip artis terkini dan terpepuler tanpa sensor.

- **Wolipop**

Memuat Inspirasi gaya hidup bagi perempuan modern. Mulai dari fashion, kecantikan, percintaan, perkawinan, seks, info sale, hingga ramalan zodiak.

2) Struktur Redaksi

Menurut yang penulis baca dari website resmi Detik.com, <https://www.detik.com/redaksi> , manajemen redaksi Detik.com terdapat susunan anggota redaksi sebagai berikut:

- **Direktur Konten**

Alfito Deannova Ginting

- **Dewan Redaksi**

Alfito Deannova Ginting, Ardhi Suryadhi, Elvan Dany Sutrisno, Odillia Winneke, Sudrajat, Fajar Pratama, Fakhri Fahmi

- **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab**

Alfito Deannova Ginting

- **Wakil Pemimpin Redaksi**

Ardhi Suryadhi, Elvan Dany Sutrisno

- **Detiknews**

Fajar Pratama (Redaktur Pelaksana), Herianto Batubara (Kepala Peliputan), Hestiana Dharmastuti, Indah Mutiara Kami, Danu Damarjati, Dhani Irawan, E Mei Amelia Rahmat, Elza Astari Retaduari, Idham Khalid, Muhammad Fida Ul Haq, Andhika Prasetya, Arief Ikhsanudin,

Ibnu Haryanto, Gibran Maulana, Kanavino, Indra Komara, Audrey Santoso, Marlinda Oktavia, Yulida Mudistiara, Nur Azizah, M. Zhacky K, Eva Savitri, Matius Alfons, Dwi Handayani, Isal Mawardi, Andi Saputra

- **detiknusanantara dan Internasional**

Ahmad Toriq (Redaktur Pelaksana), Jabbar Ramdhani, Rita Uli Hutapea, Novi Christiatuti Adiputri, Mindra Purnomo, Andhika Akbarayansyah, Edi Wahyono, Fuad Hasim, Zaki Alfarabi, Luthfy Syahban

- **Biro Jawa Timur**

Budi Hartadi (Kepala Biro) Surabaya: Fatichatun Nadiroh, Imam Wahyudiyanta, Nila Ardiani

- **Biro Jawa Barat**

Erna Mardiana (Kepala Biro) Bandung: Baban Gandapurnama, Mukhlis Dinillah, Tri Ispranoto, Wiwi Aviani, Moch. Solehudin, Dony Indra Ramadhan

- **Biro Jawa Tengah**

Budi Rahayu (Kepala Biro) Bayu Ardi Isnanto, Angling Adhitya Purbaya, Sukma Indah Permana, Ati Dirgawati, Aditya Mardiasuti

- **Non-Biro**

Chaidir Anwar Tanjung (Pekanbaru), Raja Adil Siregar (Palembang), Agus Setyadi (Aceh), Haris Fadhil (Medan), Noval Dhwinuari Antony (Makassar), M. Taufiqurahman (Makassar), Bahtiar Rifai (Banten)

- **Detikfinance**

Angga Aliya ZRF (Redaktur Pelaksana), Hans Hendricus B Aron (Wakil Redaktur Pelaksana), Zulfi Suhendra, Dana Aditiasari, Ardan Adhi Chandra, Eduardo Simorangkir, Fadhly Fauzi Rachman, Hendra Kusuma, Danang Sugianto, Sylke Febrina Laucereno, Trio Hamdani, Achmad Dwi Afriyadi

- **Detiksport**

Kris Fathoni Wibowo (Redaktur Pelaksana), Afif Farhan (Wakil Redaktur Pelaksana) Lucas Aditya, Mercy Raya, Mohammad Resha Pratama, Novitasari Dewi Salusi, Okdwitya Karina Sari, Rifqi Ardita Widiyanto

- **Detikhot**

Nugraha Rodiana (Redaktur Pelaksana), Asep Syaifullah, Delia Arnindita Larasati, Desi Puspasari, Devy Octafiani, Dicky Ardian, Mauludi Rismoyo, Prih Prawesti, Tia Agnes Astuti, Febriyantino Nur Pratama, Dyah Paramita Saraswati, Hanif Hawari, Atmi Ahsani Yusron, Pingkan Anggraini

- **Detikinet**

Fitraya Ramadhanny (Redaktur Pelaksana), Fino Yurio Kristo (Wakil Redaktur Pelaksana) Anggoro Suryo Jati, Rachmatunnisa, Josina, Adi Fida Rahman, Tri Agus Haryanto, Virgina Maulita Putri, Aisyah Kamaliah

- **Detikhealth**

AN UyungPramudiarja (Redaktur Pelaksana), Firdaus Anwar (Wakil Redaktur Pelaksana) FriedaIsyana Putri, Rosmha Widiyani, Khadijah Nur Azizah, Sarah Oktaviani Alam

- **Wolipop**

Eny Kartikawati (Redaktur Pelaksana), Hestianingsih (Wakil Redaktur Pelaksana) Daniel Ngantung, Kiki Oktaviani, Rahmi Anjani, Mohammad Abduh, Gresnia Arela, Anggi Mayasari, Vina Oktiani

- **Detikfood**

Odilia Winneke (Redaktur Pelaksana), Andi Annisa Dwi Rahmawati (Wakil Redaktur Pelaksana) Devy Setya, Dewi Anggraini, Sonia Permata

- **Detiktravel**

Dadan Kuswaraharja (Redaktur Pelaksana), Femi Diah (Wakil Redaktur Pelaksana) Johanes Randy, Wahyu Setyo Widodo, Ahmad Masaul Khoiri, Melissa Bonauli, Syanti Mustika, Elmy Tasya Khairally, Putu Intan

- **Detikoto**

Doni Wahyudi (Redaktur Pelaksana), M. Luthfi Andika (Wakil Redaktur Pelaksana) Rangga Rahadiansyah, Ridwan Arifin, Rizki Pratama, Luthfi Anshori

- **detikX**

Irwan Nugroho (Redaktur Pelaksana), Melisa Mailoa, M Rizal Maslan, Syailendra Hafiz Wiratama

- **detikfoto**

Dikhy Sasra (Redaktur Pelaksana) Rachman Haryanto, Agus Purnomo, Aries Suyono, Agung Pambudhy, Ari Saputra, Grandyos Zafna, Rengga Sancaya, M. Ridho Suhandi, Amanda Rahmadita, Pradita Utama

- **20Detik**

Gagah Wijoseno (Redaktur Pelaksana Signature), Idham A. Sammana (Redaktur Pelaksana Daily), Fuad Fariz (Wakil Redaktur Pelaksana), Triono Wahyu Sudibyo (Wakil Redaktur Pelaksana) M. Abdurrosyid, Achmad Triyanto, Aji Bagoes Risang, Billy Triantoro, Deny Fitrianto, Didik Dwi, Esty Rahayu Anggraini, Ihsan Dana, Lintang Jati Rahina, Iswahyudy, Marisa, Isfari Hikmat, Muhammad Zaky Fauzi Azhar, Nugroho Tri Laksono, Okta Marfianto, Rahma Yoga Wedar, Raisha Anazga, Septiana Ledysia, Tri Aljumanto, Wirsad Hafiz, Abdul Haris, Clara Angelita, Yulius Dimas Wisnu, Mardi Rahmat, Gusti Ramadhan, Adrian Rachmadi, M. Hanif Mustafad, Edward Febriyantri K, M. Haykal Harlan, M. Ramdoni, Johan Alamsyah, Yolanda Vista, Rahmadhanti Viany S, Sunandi Mimo, Monica Arum, Dinda Ayu Islami

- **Redaktur Bahasa**

Habib Rifai, Hadi Prayuda, Heru Yulistiyan

- **Special Content**

Erwin Daryanto (Redaktur Pelaksana), Niken Widya Yunita, Lusiana Mustinda, Puti Aini Yasmin, Rosmha Widiyani, Pasti Liberti Mappapa

- **Research and Development**

Sudrajat (Redaktur Pelaksana), Deden Gunawan

- **Enggagement Content**

Meliyanti Setyorini (Head), Andry Togarma (Section Head), Marwan (Section Head), Nograhany Widhi K, Adiasti Kusumaningtyas, Ardi Cahya Rosyadi, M Fayyas, Sari Amalia, Yasmin Nur Safira, Vanita Dewi, Regista Arrizky, Nita Rachmawati, Tripa Ramadan, Galih Prasetyo, Dwi Arif Ikhwanto, Dedi Irawan, Reza Jatnika, Moch. Yanuar Ischaq, Gilar Dhanu, Rinjani Bestari Putri, Fithri Pratiwi, Yovansyach Pradipta, Rizqy Rahayu

- **Sekretaris Redaksi**

Marina Deviyanti (Head), M Sidik, Satika Putriana, Tisna Rias Pratiwi,
Siti Nurhasanah, Eko Wahyudi, Alissya Mustika

C. Okezone.com

1) Sejarah Singkat

Menurut yang penulis baca dari website resmi okezone.com, <https://management.okezone.com> , Okezone.com adalah portal berita online dan hiburan yang berfokus pada pembaca Indonesia, baik yang berada di dalam negeri ataupun luar negeri. Okezone.com lahir pada 1 Maret 2007 dan menjadi cikal bakal bisnis online pertama yang dimiliki PT Media Nusantara Citra (MNC). Okezone.com memiliki beragam rubrik konten seperti berita umum, politik, internasional, selebriti, teknologi, peristiwa, ekonomi, lifestyle, travel, auto, food, sports, bola, haji dan muslim.

2) Struktur Redaksi

Menurut yang penulis baca dari website resmi okezone.com, <https://management.okezone.com/redaksi> , manajemen redaksi okezone.com terdapat susunan anggota redaksi sebagai berikut:

- **Pembina**

Hary Tanoesoedibjo

- **Direktur Pemberitaan**

Yadi Hendriana

- **Pemimpin Redaksi**

M. Budi Santosa

- **Wakil Pemimpin Redaksi**

Fetra Hariandja, Santi Siera

- **Kadiv multimedia**

Yunita Mandolang

- **Kadiv Gathering**

Armydian Kurniawan

- **Redaktur Pelaksana**

Rani Hardjanti, Amril Amarullah, Kemas Irawan Nurrachman, Widi Agustian.

- **Redaktur**

Fahmi Firadus, Rizka Diputra, Siska Maria Eveline, Ramdani Bur, Dani Jumadil Akhir, Alan Pamungkas, Dyah Ratna Meta Novia.

- **Asisten Redaktur**

Angkasa Yudhistira, Qur'anul Hidayat, Erha Aprili Ramadhoni, Rachmat Fahzry, Arief Setyadi, Hantoro, Rahman Asmardhika, Fakhri Rezy, Kurniasih Miftakhul Jannah, Edi Hardian, Helmi Ade Saputra, M. Rezhatama Herdanu, Feby Novalius, Lidya Hidayati, Salman Mardira, Awalludin, Martin Bagya Kertiyasa, Khafid Mardiansyah.

- **Reporter**

Fakhrizal Fakhri, Arie Dwi Satrio, Puteranegara, Taufik Fajar, Fahreza Rizky, Fadel Prayoga, Wikanto Arung budoyo, Leonardus Selwyn Kangsaputra, Bagus Abdiel Kharis Theo, Hendry Kurniawan, Djanti Virantika, Giri Hartomo, Rizky Pradita Ananda, Dewi Kurniasari, Muhammad Sukardi, Dhimas Andhika Fikri, Adiyoga Priyambodo, Vania Ika Aldida, Pernita Hestin Untari, Rivan Nasri Rachman, Admiraldy Eka Saputra, Andika Pratama, Lintang Tribuana, Novie Fauziah, Wilda Fajriah.

- **Fotografer, Infografis, & Video Editor**

Feri Usmawan, Arif Julianto, Dede Kurniawan, Heru Haryono, Sopan, Andhika, Faisal.

- **Social Media**

Rizky Gunawan, Bondan Setiaji, Karina Arohma, Ghina Nurul Aini, Badar Khoirul Iman, Risma Evrylianti, Putri Intan Srikandiati, Firda Setyana Muri.

- **Research and Development (R&D)**

Adam Sapta Nugraha, Teguh Iman Mulia

- **SEO**

Denny Setiawan, Gumilang Hidayat.

- **Sekretaris Redaksi**

Evi Yulianti

D. JawaPos.com

1) Sejarah Singkat

Menurut yang penulis baca dari website resmi jawapos.com, <https://www.jawapos.com/about-us/> , JawaPos.com adalah bagian dari Jawa Pos Grup. Dulunya, Jawa Pos berfokus pada media cetak yaitu koran. Jawa Pos sendiri lahir pada 1 Juli 1949. Baru pada tahun 2014, Jawa Pos memasuki bisnis online dengan menghadirkan JawaPos.com. Dalam perkembangannya yang relatif singkat, di tahun 2016 JawaPos.com mulai menyediakan fitur-fitur online dalam format multimedia (teks, foto dan video) dan multi-platform (website, mobile site dan mobile app).

2) Struktur Redaksi

Menurut yang penulis baca dari website resmi jawapos.com, <https://www.jawapos.com/redaksi/> , manajemen redaksi jawapos.com terdapat susunan anggota redaksi sebagai berikut:

- **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab**
Dhimas Ginanjar Satria Perdana
- **Kepala Liputan**
Ilham Safutra
- **Redaktur**
Ainur Rohman, Banu Adikara, Bintang Pradewo, Edy Pramana, Eko Dimas Ryandi, Kuswandi, Latu Ratri Mubyarsah, Mohamad Nur Asikin, M. Dinarsa Kurniawan, Dony Lesmana Eko Putra
- **Asisten Redaktur**
Estu Suryowati, Nurul Adriyana Salbiah
- **Reporter**
Abdul Rahman, Gunawan Wibisono, Gugun Gumilar, Marieska Harya Virdhani, Muhammad Ridwan, Rian Alfianto, Romys Binekasri, Sabik Aji Taufan, Saifan Zaking, Rafika Rachma Maulidini
- **Fotografer**
Dery Ridwansah
- **Videografer**
Satrio Maulana Maheswara
- **Desain Grafis**
Dimas Pradipta
- **Creative Content**

Ane Herfira

- **Sekretaris Redaksi**

Juwita K. Ginting

- **Research & Development**

Fajar Budihartono, Ahmad Aan Tory Tonang, I Wayan Rangga
Pinastawa

- **Mobile Apps**

Steven Clinton

- **AdsOp & Programmatic**

Indra Sanjaya

- **Account Executive**

Surabaya: Aisyah Jatu Kusumawati, Karina Kusuma Halim

Jakarta: Agita Nurzakiah, Rahadyan Prabhasworo, Vaya Vanessa,
Indira Arliani, Sadam Rizki

- **Programmatic & Partnership**

Sanindiana Kusumaramadhanti.

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan dan menjelaskan hasil dari penelitian yang telah penulis laksanakan. Temuan data ini merupakan hasil dari wawancara dengan pihak-pihak redaksi dari beberapa media, yaitu Okezone.com, Bolasport.com, Detik.com dan JawaPos.com melalui google meet dan email. Dalam penelitiannya, penulis menggunakan Deskripsi Kualitatif dan menggunakan metode wawancara. Karena adanya pandemi Covid-19 yang membatasi kegiatan tatap muka, wawancara pun dilakukan secara daring melalui google meet dan email. Menurut Muqsith (2020), terdapat tantangan baru bagi para jurnalis dalam menghadapi situasi pandemi ini, yaitu:

- a. Jurnalis dan perusahaan media harus membiasakan diri dengan teknologi media baru dan ruang lingkup interaksinya.
- b. Jurnalis harus memanfaatkan sosial media mencari informasi awal dari masyarakat. Bahkan bisa mengutip cuitan atau unggahan foto atau video dari informan di media sosial.
- c. Jurnalis dan industri media harus terbiasa melakukan riset kecil-kecilan untuk mengetahui kecenderungan masyarakat terkait isu-isu yang jadi fokus perhatian mereka. Selain bisa melihat dari trending topik.
- d. Perusahaan media sebaiknya juga bisa memanfaatkan big data untuk meningkatkan kemampuan pengumpulan data dan informasi yang mempermudah menemukan bahkan menganalisa hal yang menarik untuk disajikan.
- e. Jurnalis sebaiknya lebih banyak meluangkan waktu menyisir pernyataan pers dan data yang dikirim (press rilis) yang terkait corona virus, terkait isu dan hal penting disandingkan dengan data pemerintah. Jurnalis harus punya 'sense of criticism'. Tidak boleh begitu saja mempublikasikan data yang diberikan tanpa dikritisi dan analisa. Seharusnya mengetahui perannya sebagai watchdog.
- f. Industri media dan para jurnalisnya juga melakukan kolaborasi berjuang menghadapi keterbatasan kerja jurnalistik di era pandemi. Terutama dalam membuat laporan men- dalam dan membuat analisa yang tajam.

Setelah penelitian selesai dilakukan, kemudian penulis melakukan pembahasan sesuai dengan apa yang didapat dari hasil wawancara tersebut. Selanjutnya data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif sehingga dapat menggambarkan kesimpulan dari penerapan manajemen redaksional media olahraga dalam pemberitaan pembatalan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020. Adapun data-data yang sudah terkumpul menggunakan

teknik pengumpulan data wawancara dengan beberapa informan yang bersangkutan. Dan data-data yang telah diperoleh adalah berdasarkan hasil wawancara dengan empat media dan enam informan dari pihak-pihak redaksi keempat media tersebut, yaitu:

Tabel 3.1 Daftar Informan

No.	Nama Informan	Jabatan Informan* / Nama Media	Teknis Wawancara	Waktu Wawancara
1	Melly Marliani & Ramdani Bur	Direktur Pemberitaan dan VP Sales & Redaktur Sepakbola / <i>Okezone.com</i>	Surat Elektronik	3 Februari 2021 (tanggal saat balasan penelitian diterima peneliti)
2	Dwi Widijatmiko & Mochamad Hary Prasetya	Asisten Redaktur Pelaksana & Editor Sepakbola Nasional / <i>Bolasport.com</i>	Video Conference (Google Meet)	8 Februari 2021
3	Kris Fathoni Wibowo	Redaktur Pelaksana Detiksport / <i>Detik.com</i>	Video Conference (Google Meet)	10 Februari 2021
4	Mohamad Nur Asikin	Redaktur / <i>JawaPos.com</i>	Surat Elektronik	17 Februari 2021 (tanggal saat balasan penelitian diterima peneliti)

*) Catatan; jabatan saat wawancara dilakukan

A. Manajemen Redaksional Bolasport.com di Masa Pandemi

1) Perencanaan

Pandemi bukan alasan dalam memproduksi pemberitaan yang berkualitas, di mana manajemen redaksi adalah kekuatan dan daya tarik sebuah media. Di mata khalayak, daya tarik tersebut terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Di pandemi ini, Bolasport menampilkan bagaimana dunia persepakbolaan di situasi sekarang ini. Khususnya Liga sepakbola nasional yang paling lama soal adanya kejelasan.

Dikala pandemi dan liga sepakbola nasional masih belum ada kejelasan kemarin, Bolasport dalam beritanya ada berita tentang ‘sejarah hari ini’. Berita mengenai sejarah ini termasuk ke dalam unsur olahraga menurut Shivaraju (dalam Prasty, 2019). Sejarah hari ini merupakan

berita-berita tentang pertandingan memorable yang pernah terjadi di hari tertentu yang sama, namun sudah beberapa tahun yang lalu. Pemberitaan sejarah hari ini masih ada ketika liga sepakbola nasional masih belum jelas, sedangkan sepakbola internasional sudah tidak lagi karena liga-liga sudah mulai jalan.

“kita di sepakbola nasional tu ada rubrik sejarah hari ini. Lebih ke pertandingan sih, lebih ke hari ini tu ada pertandingan apa yang besar, yang pantas dikenang gitu ya. Ya sama di sepakbola internasional juga begitu. Apalagi waktu awal-awal WFH, kita kan agak susah tu sepakbola internasional berhenti, ya kita bikin modifikasi berita-berita kayak gitu. Kita ceritakan lagi apa yang pernah terjadi dulu dulu gitu ya. Tapi kalo sekarang dengan kondisi sepakbola internasional sudah jalan, jadi internasional udah agak meninggalkan itu. Tapi kalo di nasional sih masih konsisten kalo saya liat, rubrik sejarah hari ini tu masih ada, selalu ada.” (Dwi Widiyatmiko)

Dalam ‘sejarah hari ini’, Bolasport lebih sering menampilkan tim-tim besar yang memiliki banyak viewers.

“sejarah hari ini kalo nasional lebih ke pertandingan ya. Kita lebih focus ke Persija, Persib, Persebaya, Arema, timnas Indonesia. Mungkin lebih kesitu ya, kalo misalnya ada sejarah Persiraja lawan Persela Lamongan ya kita gak ya, yang saya bilang pembacanya sedikit.” (Mochamad Hary Prasetya)

Selain itu Bolasport juga memiliki rubrik sendiri yaitu Lifestyle. Disitu dibagi lagi menjadi beberapa bagian yaitu gosip, primadona dan sportbiz. Menurut Pak Dwi Widiyatmiko, pemberitaan mengenai kisah-kisah di luar lapangan ini menjadi salah satu kelebihan dari Bolasport.

“Iya ada, itu juga salah satu ini, salah satu kelebihan kita. Kita ga Cuma, apa namanya, pertandingan ga Cuma actionnya doang tapi juga kejadian kejadian di luar lapangan juga kita liput. Di kita itu ada rubrik Lifestyle, isinya ya ada gosip dan primadona, gosip dan primadona itu tentang percintaan misalnya, terus ada sportbiz. Sportbiz itu kita bisa angkat tentang info film-film sepakbola misal atau Diast bisa lihat langsung deh di web kita.” (Dwi Widiyatmiko)

Menurut Coakley (dalam Prastya, 2014: 50), ada beberapa karakteristik dari liputan berita olahraga seperti salah satunya adalah pemberitaan mengenai kritik kepada perorangan atau tim. Dalam menampilkan kritik terhadap atlet atau sepakbola itu sendiri, Bolasport

tidak sungkan untuk mengkritik jika ada sesuatu yang dirasa salah. Bolasport hanya ingin yang terbaik untuk sepakbola nasional.

“kalo emang kita rasa ini ga bener ya kita kritik. Kita gausah takut-takut ya karena kita juga netral gitu ya, kita gapunya kepentingan apa apa, saya yakin temen-temen di lapangan juga kenal gitu ya. Cuma pengen yang terbaik lah buat sepakbola nasional,” (Dwi Widijatmiko)

Contoh kritik yang pernah dilakukan oleh Bolasport adalah ketika kasus Shin Tae Yong, Indra Sjafri dan kasus ‘dugem’ dari dua pemain timnas U19 : “tadi kayak kasus Shin Tae Yong sama Indra Sjafri ya kita beritain, ga kita tutup-tutupin gitu.” (Dwi Widijatmiko)

Selain itu Bolasport juga pernah menampilkan kritik terhadap kasus “dugem” yang dilakukan oleh dua pemain timnas U19.

“Kemudian kalo ada misalnya kasus pemain, apa ya kemarin, yang dugem itu ya heheh. Ya kita kabarin juga, ya itu kan bentuk kritik juga kepada dia “kamu tuh pemain potensial, pemain masa depan, ya dijaga lah”, bahkan udah sampe dua kali waktu itu ya kena kejadian yang sama. Jadi yaitu, bentuk kritik kita seperti itu.” (Dwi Widijatmiko)

Diakui oleh Pak Wiwid, menampilkan kritik tersebut memang memunculkan pro dan kontra, namun Pak Wiwid Bersama redaksi Bolasport tidak takut asalkan memiliki dasar dan bahan yang jelas.

“Memang dalam pelaksanaanya ga semua orang suka pasti ada juga yang protes gitu, “wa ngapain sih ini”, tapi ya asal kita punya dasar, punya bahan yang jelas, yang bisa dipertanggung jawabkan, gausah takut.” (Dwi Widijatmiko)

Sedangkan standar berita menurut Haryati (dalam Prasty, 2019) dalam membagi porsi pemberitaan antara tiga desk yang ada, itu tidak berbeda jauh. Namun yang membedakan adalah terletak di jumlah anggota masing-masing desk.

“sama sih porsinya, sama sih, ga jauh. Tapi ya tergantung ini ya, kalo skuad nya tu agak beda Diast, jadi di nasional agak banyak, di internasional agak banyak, di olimpiak yang agak tidak banyak gitu. Praktis kondisi itu membuat porsi beritanya kayaknya olimpiak sedikit gitu.” (Dwi Widijatmiko)

Lalu untuk jenis olahraga yang di beritakan di Bolasport, tergantung kepada isu dan event yang sedang berlangsung : “itu ya tergantung ini sih Diast, tergantung isu, tergantung event juga” (Dwi Widiyatmiko)

Untuk jumlah skuad di masing-masing desk sendiri, di desk nasional dan internasional memiliki jumlah yang lebih banyak dibanding desk olimpiik.

“kalo di bolasport tu kan kayak tadi mas wid bilang kalo skuad di nasional itu memang banyak, ada sekitar 6 reporter sama 3 editor. Sementara di internasional juga sama, sementara di olimpiik sekitar hanya 6 orang termasuk editor.” (Mochamad Hary Prasetya)

Namun untuk jumlah target tulisan sendiri memiliki jumlah target yang sama. Bolasport mengusahakan untuk memberikan porsi yang berimbang pada ketiga desk tersebut.

“Tapi kalo dari segi target tulisan sih sama, setiap orang punya target tulisan yang sama. Ya insyaAllah menghasilkan tulisan yang berimbang gitu. Jadi ga Cuma berat ke internasional, ga Cuma berat ke nasional, ga Cuma berat ke olimpiik, tapi seimbang gitu. Semua event mudah-mudahan bisa kita cover, bisa dengan standar yang sama, jadi menghasilkan tulisan yang juga sama bagusnya gitu.” (Dwi Widiyatmiko)

Di sepakbola nasional sendiri, tidak bisa lepas dari yang namanya supporter. Dalam Prastyia (2014) sendiri dijelaskan bahwa masyarakat haus akan berita atau informasi tentang tim-tim lokal di daerah mereka. Di Bolasport sendiri, dalam memberitakan berita tentang sepakbola nasional, khususnya supporter, Bolasport memiliki rubrik suara supporter.

“Kita punya itu, rubrik suara supporter kalo ga salah ya. Suara supporter ya kita bagi juga porsinya ke liputan-liputan supporter, kegiatan supporter tu apa.” (Dwi Widiyatmiko)

Selanjutnya dalam hal supporter, Bolasport mengangkat tentang kegiatan-kegiatan supporter di luar lapangan.

“Kemarin selama WFH banyak supporter yang menggalang dana misalnya gitu ya. Nah itu juga termasuk kita liput, kita angkat juga tulisannya. Itu tadi, Kembali ke niatan kita

yang mau inilah, ikut memajukan sepakbola nasional gitu.” (Dwi Widijatmiko)

Selain itu juga, di pandemi ini banyak supporter yang mengadakan inisiatif lomba game online baik itu internal supporter itu sendir ataupun antar supporter.

“untuk supporter, sekarang kan supporter lagi ga ada aktivitas nonton bola, mereka lebih ke turnamen e-sports ya kayak semacam PUBG, mobile legends. Nah dari situ sepakbola nasional tapi jatuhnya ke olimpiik e-sports, ada yang beberapa temen-temen yang nulis juga seperti itu.” (Mochamad Hary Prasetya)

Tidak hanya supporter, klub-klub pun melakukan inisiatif dengan mengadakan lomba PES Liga 1. Di mana para klub juga meng-hire para pro player PES di Indonesia. Ini juga menjadi salah satu kegiatan untuk sedikit mengobati kejenuhan tidak adanya liga.

“Kayak kemarin kan ada liga 1 PES yak, yang liga 1 PES yang juaranya PSS Sleman kan. Itu kita ngirim beberapa reporter buat liput itu. Walaupun itu kan sebenarnya artinya games, tapi kan ngebawa sepakbola nasional. Yaudah kita ngeliput kesana, kita tanya tanya, seenggaknya dari situ ada beberapa berita yang bagus, lalu juga dari supporter yang ngadain kayak persebaya kemarin, Persija the jak, bonek ngadain lomba PUBG, dan lain-lain. Jadi kita pasti akan ada berita seperti itu.” (Mochamad Hary Prasetya)

Bolasport juga mengangkat tentang kondisi para pemain di covid ini.

“Di suasana covid ini, WFH gini kan sepakbola nasional kan lagi kesusahan banget nih, pemain-pemain banyak yang harus kerja yang lain, mereka udah kangen banget main sepakbola, yaudah kita coba angkat semangatnya, kita coba kasih informasi terbaru bagaimana kondisi mereka ke pembaca biar pada tau lah kalo susahny ini sama-sama yang kita rasain.” (Dwi Widijatmiko)

Untuk trend pemberitaan tentang sepakbola nasional sendiri, di situasi pandemi ini trennya tidak terlalu menurun.

“Engga turun turun banget lah. Banyak berita, apa namanya tetep banyak berita tentang liga Indonesia kayak transfer yang pada ke luar negeri tuh, terus kemarin Timnas U19 juga TC kemana mana. Jadi ya tetep banyak sih beritanya, tetep rame lah diast.” (Dwi Widijatmiko)

Pemberitaan-pemberitaan di saat belum ada kejelasan liga salah satunya adalah tentang kegiatan-kegiatan pemain hingga berita tentang transfer, di mana banyak pemain yang pindah.

“tentang kegiatan pemain sih, kegiatan pemain selama WFH ini. Sama ya kita terbantu sama timnas ya, timnas U19 TC kemarin di Spanyol, di Kroasia masih jalan dan itu menolong sekali.” (Dwi Widijatmiko)

Walaupun tidak ada kompetisi, dijelaskan oleh Mas Hary bahwa berita itu akan selalu ada.

“Kalo bisa dibilang sih sebenarnya sih kalo ga ada kompetisi, pemberitaan tu pasti ada, gamungkin ga ada. Kayak, memang sih kita sebagai seorang wartawan mikir, “waduh ga ada kompetisi nih, beritanya seperti apa, bosen nanyain pemain kesibukannya seperti apa dan lainnya”. Tapi kadang-kadang ada juga beberapa kompetisi yang mas wid bilang, dibantu dengan Timnas U19 ketika TC di Jakarta, beberapa kali PSSI memberikan waktu buat wartawan meliput, artinya kan sebuah hal yang sangat menambah kinerja bolaspot dan juga temen-temen lain ya seperti itu sih.” (Mochamad Hary Prasetya)

Saat kejelasan liga diputuskan pada sekitar pertengahan januari, isu itu menjadi berita hangat dan berita yang ditunggu-tunggu saat itu.

“oh iya, pasti jadi berita besar itu kemarin. Udah lama ditunggu tunggu itu kan, keputusannya kayak apa. Sejak bulan maret itu kan, istilahnya kayak digantung terus gitu, sempet mau main oktober, November, bahkan klub-klub juga kayaknya udah beberapa udah siap-siap, udah berangkat ke Jogja waktu itu tapi tau tau ga jadi, itu ya pasti jadi berita besar lah dan kayaknya ya memang udah waktunya lah, mungkin udah lebih baik melupakan 2020 dan supaya lebih siap lagi di 2021 gitu dengan segala keterbatasannya.” (Dwi Widijatmiko)

Dalam memproduksi berita-berita tersebut, diperlukan tahapan manajemen redaksional di mana tahapan tersebut biasa disingkat POAC. POAC dikemukakan oleh George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (dalam Sukarna, 2011), yang merupakan fungsi dari sebuah manajemen yaitu Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling. Tahap pertama yaitu perencanaan, di mana menurut Nickels dan McHugh (dalam Sule dkk, 2005) kegiatan yang terkait dengan fungsi perencanaan adalah menetapkan bagaimana cara merencanakan

terhadap suatu berita yang meliputi rapat redaksi, menetapkan tujuan dan target, merumuskan strategi untuk mencapai suatu tujuan, menentukan sumber-sumber daya yang diperlukan dan menetapkan standar / indikator keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target.

Dalam mengimplementasikan tahap perencanaan di situasi pandemi, redaksi Bolasport juga melakukan beberapa penyesuaian. Semua proses dilakukan dari rumah masing-masing, seperti rapat redaksi pun juga dilakukan secara online atau telepon.

“kalo di sepakbola nasional misalnya karena covid ini ya, bolasport gabisa ke kantor kan dan focus semuanya ada di rumah masing-masing. Artinya kalo saya pribadi saya punya tiga reporter yang di Jakarta dan ada tiga reporter di Solo. Nah yang di Solo kan tadi Mas Wiwid bilang, dia lebih ke akurasi-akurasi berita yang udah ada tampil di website kompas Gramedia, lalu yang di Jakarta, mungkin saya lebih sering memberikan arahan ke mereka kayak semacam, ga setiap hari sih, paling seminggu sekali kita telponan bareng, dia cerita tentang susah cari narasumber lalu saya kasih masukan segala macam,” (Mochamad Hary Prasetya)

Intinya adalah, saling bekerja sama. Di bolasport sendiri tidak memaksa jika kemudian ada pemberitaan yang menyulitkan bagi para reporter, apalagi di situasi pandemi sekarang ini.

“Kalo di Bahasa kita, kita sebenarnya saling bekerja sama sih Diast ya, tidak ada kata semacam menyuruh atau apa ya “lo harus dapet ini, lo harus dapet itu”, kita ga seperti itu, kita lebih meminta mereka untuk usaha dahulu” (Mochamad Hary Prasetya)

Mas Hary pun memberikan contoh mengenai bagaimana redaksi Bolasport saling bekerja sama. Mas Hary mencontohkan ketika akan mengangkat isu tentang Asnawi Mangkualam.

“misal contoh Asnawi Mangkualam ke Korea Selatan disitu kan otomatis kan kita gabisa mendapatkan quote dari Asnawi maupun dari Gabriel Budi selaku agennya. Kita cari informasi lebih ke pelatih timnas, lalu ke supporter, lalu ke PSM Makassar ataupun juga ke pengamat-pengamat sepakbola bagaimana nasib Asnawi di Korea Selatan nantinya, apalagi kan dia bisa dibilang pemain pertama di Liga Korea Selatan kan.” (Mochamad Hary Prasetya)

Jika semua narasumber tidak bisa dihubungi, Bolasport akan lebih mengangkat tentang bagaimana statistic Asnawi ketika bermain.

“lalu Ketika seandainya ada narasumber yang tidak bisa dihubungi, itu juga saling mengerti, artinya yaudah kalo semisal seperti itu ya kita minta tolong untuk buat yang lain aja semisal kayak statistic Asnawi, berapa pertandingan sih yang dimainkan Asnawi di timnas Indonesia sama selama di PSM tu seperti apa, apakah dia cukup mampu untuk bersaing di Korea Selatan, lalu melihat apakah asnawi pernah berduel sama pemain top dunia, ya seperti itu kan otomatis kita langsung berfikir, oh dulu waktu jamannya Asnawi di U19 sama Indra Sjafri tu sempet dibawa ke Prancis di turnamen Toulon, disitu kan dia duel sama Vinicius Junior (Real Madrid), disitu lagi-lagi dengan ada Vinicius Junior aja Brazil Cuma menang 1-0, artinya wah Asnawi memang layak bermain di Korea Selatan. Seperti itu. Tapi kita harus mencari apa ya, harus dikembangkan suatu isu yang harus dibuat oleh sepakbola nasional, ya contohnya seperti itu sih yang paling sering kita lakukan.” (Mochamad Hary Prasetya)

Namun Pak Wiwid tetap mengapresiasi kinerja para editor dan reporter khususnya desk sepakbola nasional dan sepakbola olimpiik.

“Kalo dari saya sih apresiasi kepada tim ini, sepakbola nasional sama tim olimpiik yang langsung berurusan dengan lapangan gitu ya. Kalo dari desk internasional sih mereka memang udah biasa mengerjakan, istilahnya dari rumah gitu, mereka tidak ke lapangan jarang ke lapangan dan yang terkendala sih yang sepakbola nasional sama olimpiik kalo menurut saya. Jadi selama setahun ini ya Mas Hary dan temen-temen ya inilah, diperas semuanya gitu, terutama gimana cari solusinya mengakali kondisi kondisi yang serba sulit ini sehingga mereka tetap menghasilkan tulisan-tulisan yang bagus yang mendidik pembaca yang berguna juga buat pembaca. Ya alhamdulillah, setahun ini tetep terjaga lah dari sepakbola nasional sama Mas Hary sama temen-temen.” (Dwi Widijatmiko)

Untuk indicator keberhasilan dari Bolasport adalah ketika Bolasport berhasil mengeluarkan duluan terhadap suatu isu. Contohnya saat insiden antara Shin Tae Yong dan Indra Sjafri kala itu.

“Kalo saya pribadi juga menganggap bisa itu bagus kalo kita duluan gitu yang ngeluarin isu itu. Ya contohnya soal Shin Tae Yong dan Indra Sjafri, itu ya berani saya bilang ya dulu bolasport yang pertama kali munculin itu. Akhirnya jadi besar, semua orang nulis itu, semua website nulis itu, itu satu prestasi juga yang menunjukkan bahwa cukup berhasil lah.” (Dwi Widijatmiko)

Selain pemberitaan Shin Tae Yong dan Indra Sjafri, Bolasport juga menjadi pelopor dari berita tentang Sadam (PSS Sleman) yang tidak jadi ikut TC, lalu diganti oleh Kahar Kallu (Barito Putera).

“kalo sebuah berita itu bolasport duluan yang naikin lebih duluan ketimbang media olahraga lain kan jadi sebuah kebanggaan bagi seorang reporter ya, artinya mereka tuh, ibaratnya kalo dalam Bahasa wartawan berhasil membobolkan media-media lain lah ya. Kayak semacam kemarin saya nulis berita tentang Sadam PSS Sleman yang batal TC Timnas Indonesia karena di ates Angkatan Udara itu saya coba searching di google, loh kok ga ada, akhirnya coba saya whatsapp nova, asisten pelatihnya, bener ternyata Sadam gabisa ikut TC. Akhirnya diganti sama si Kahar Kalu dari Barito Putera.” (Mochamad Hary Prasetya)

2) Pengorganisasian

Setelah tahap perencanaan, selanjutnya masuk ke tahap pengorganisasian. Tahapan pengorganisasian merupakan tahapan selanjutnya setelah perencanaan. Pada tahapan ini memiliki tujuan untuk mengorganisir atau mengatur terkait pembagian tugas pekerjaan serta penempatan dari reporter untuk mengemban tugas tersebut (Juwairiyah, 2008).

Tahap pengorganisasian dalam manajemen redaksional dimulai dari pimpinan redaksi yaitu bertugas merencanakan kegiatan dan strategi keredaksian secara umum dan mengarahkan jalannya proses redaksi, lalu dibantu oleh redaktur. Secara struktural, redaksi media umumnya terdiri atas pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, koordinator liputan dan reporter. Di Bolasport sendiri alur kerja produksi dalam membuat suatu berita bisa langsung liputan ke lapangan atau juga mengambil dari website luar, khususnya untuk sepakbola internasional. Setelah turun ke lapangan atau kurasi dari website luar, berita dimasukkan ke basket untuk kemudian dikoreksi.

“Pertama pasti ya ada liputan, entah itu ke lapangan atau kalau di sepakbola internasional ya kan ngambil dari website luar gitu ya, diolah, riset, entah itu ke lapangan riset atau kurasi juga bisa. Kita juga ada yang, kebanyakan di solo sih nih, yang tugasnya adalah kurasi berita dari website lain. Dan semua ini, berita ini masuk ke basket tulisan gitu, nanti editor yang memilih milih mana yang layak tampil mana yang masih harus dikoreksi sama reporternya dan mana yang gabisa sama sekali di tampilkan.” (Dwi Widijatmiko)

Pandemi Covid-19 ini berdampak ke seluruh aspek. Redaksi Bolasport pun terkena dampaknya. Salah satunya adalah desk sepakbola nasional, WFH dan tidak adanya Liga menjadi dampak yang paling signifikan. Menurut Indah (dalam Soraya dkk 2020) jajaran redaksi seperti pimpinan redaksi, wakil pimpinan redaksi, redaktur, editor dan layouter serta sosial media spesialis untuk media online yang biasanya work from office berubah menjadi work from home. Ada yang penuh work from home ada juga yang menjalani sistem shift untuk setidaknya menghindari kerumunan orang di kantor.

“udah hampir satu tahun kita dari bulan Maret juga mungkin juga sama ya di tempat-tempat kerja yang lain memberlakukan WFH dan disitulah kita melakukan perubahan cara kerja gitu ya, kalau dulu kan mungkin ngumpul di kantor, kemudian ke lapangan, nah sekarang tantangannya adalah lebih banyak bekerja dirumah.” (Dwi Widijatmiko)

Untuk pembagian kerja ataupun alur kerja dikala pandemi, kurang lebih masih sama, hanya WFH ini saja yang menonjol perbedaannya. Di mana hampir semua karyawan sebisa mungkin untuk bekerja dari rumah.

“kurang lebih sama sih, ya paling itu sih, WFH itu aja yang membedakan. Kita sebisa mungkin kerja dari rumah, namun tetap menjaga kualitas berita” (Dwi Widijatmiko)

Ditekankan lagi oleh pak Wiwid, bahwa pembagian kerja di masa pandemi ini diberlakukan WFH. Di mana para karyawan jadi menyebar satu sama lain. Juga ditekankan untuk selalu mengikuti protokol kesehatan.

”Paling ya kita ingatkan terus, kalo misalnya liputan untuk pake masker, untuk jaga jarak. Kalo liputan lewat online juga untuk selalu diikuti dengan baik. Nanti kita kembangkan bareng berita-beritanya. Gitu sih paling. Ya pokoknya apa namanya, yang membedakan dan yang menjadi tantangan tu ya WFH ini sih, jadi pada di rumah semua nyebar, tapi ya tetep kita arahkan, tetep kita awasi. Gitu sih. (Dwi Widijatmiko)

Kemudian yang terlibat dalam produksi tersebut bisa dibilang keseluruhan dari struktur redaksi ikut ambil bagian.

“Yang terlibat ya semua sih pasti, dari pemred yang biasanya memimpin rapat besar. lalu redpel, saya asisten redpel mengawasi editor. Terus ya editor pastinya, Mas Hary tu, dan para reporter yang turun ke lapangan. Itu sih yang terlibat.” (Dwi Widiyatmiko)

Di mana dalam alur tersebut, pembagian tugas dalam Bolasport pun dilakukan agar tahap pengorganisasian dapat berjalan dengan lancar. Pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, editor dan reporter memiliki tugas atau jobdesc masing-masing.

“Kalo pemred sama redpel ya, pasti ya ngontrol semua gitu ya, kemudian kalo editor ya selain liputan ya juga itu tadi, mengatur liputan teman-teman seperti apa kemudian pastinya juga mengoreksi artikel, sedangkan reporter ya cari berita, nulis berita.” (Dwi Widiyatmiko)

Selain bidang tersebut, di Bolasport juga terdapat fotografer dan videografer walau orangnya baru satu. Nantinya ia akan membantu mengambil foto dan video ketika liputan berlangsung. Selain itu juga ada tim medsos untuk mengatur medsos seperti facebook, twitter dan Instagram.

“Kemudian kalo, kita juga punya, apa namanya, tim video sama fotografer, fotografernya baru satu sih. Biasanya fotografer ini ikut ke lapangan, ngambil foto ngambil video kemudian kita juga punya multimedia. Di multimedia itu nanti akan mengelola video, mengolah grafis buat Instagram. Kemudian kita juga punya tim medsos, yang mengurus facebook, twitter sama Instagram.” (Dwi Widiyatmiko)

3) Pelaksanaan

Setelah tahap pengorganisasian, dilakukanlah tahap actuating atau penggerakan. Menurut Trianton (2016), penggerakan di bidang redaksi dilaksanakan dengan menggerakkan wartawan dengan segala fasilitas penunjang agar bekerja menghasilkan produk jurnalistik. Fungsi manajemen Pelaksanaan adalah fungsi yang paling penting karena berhubungan dengan sumber daya manusia.

Tahap penggerakan di Bolasport, menurut pak Wiwid sebagai asisten redaktur pelaksana dilakukan secara otomatis. Sumber daya manusia yang diperlukan dalam peliputan adalah reporter dan editor. Mereka pun sudah dibagi menjadi beberapa shift. Dengan itu hampir bisa

dipastikan Bolasport selalu bisa menyediakan informasi-informasi yang update.

“Pengarahan ya dilakukan sambil jalan sih, jadi kita udah apa namanya, otomatis gitu jadi kan reporter-reporter itu semua udah dibagi dengan jam gitu yah. Dari satu hari ada yang pagi sampe siang ada yang siang sampe sore, sore ke malam, malam ke pagi lagi, jadi setiap jam itu udah ada yang ngisi itu diast. Baik reporter maupun editornya. Jadi insyaAllah ya setiap weekend baik itu domestic atau internasional ke cover semua dengan system shift itu” (Dwi Widiyatmiko)

Pandemi Covid-19 membuat seluruh aspek di dunia dipaksa untuk beradaptasi, termasuk juga dunia jurnalistik. Menurut Indah (2020 dalam Soraya dkk) Pandemi Covid- 19 ini merubah pola liputan dalam dunia jurnalistik. Jika dalam kondisi normal kegiatan jurnalistik biasa dilakukan dengan turun ke lapangan, mencari data melalui observasi maupun wawancara secara langsung, dikala pandemi Covid-19 kegiatan jurnalistik seperti wartawan tak lagi bebas untuk bisa turun ke lapangan untuk mencari data. Menanggapi peristiwa saat ini, Bolasport berusaha untuk selalu adaptif dengan situasi pandemi ini, khususnya dalam hal berinovasi.

“kebetulan juga event-event kan banyak yang ga ada nih, event-event olahraga, jadi ya kita harus langsung adaptif aja. Jadi cari cara bagaimana supaya dapat bahan-bahan untuk tulisan. Gitu sih paling, inovasinya tergantung situasinya seperti apa, kita langsung adaptif gitu.” (Dwi Widiyatmiko)

Pandemi ini menyebabkan redaksi Bolasport terkendala untuk membuat berita, karena tidak adanya event dan kompetisi. Ini memaksa untuk lebih memutar otak lagi agar tetap menjaga kualitas artikel atau berita.

“Kalo sebelum pandemi istilahnya gampang lah cari narasumber, cari event, hampir setiap minggu ada gitu. Kalo sekarang ya harus memutar otak, harus berusaha lebih keras supaya menghasilkan artikel-artikel yang kualitasnya terjaga tapi dengan banyak keterbatasan. Itu sih yang kita rasakan. Kayaknya sih ga Cuma bolasport aja, di semua website juga gitu kayaknya. Terkendala sama ga adanya event olahraga, ya liga 1, liga 2, turnamen bulutangkis, basket, voli, hilang semua ga ada semua, itu jelas sangat sangat membuat semua website kesusahan cari berita dan nulis artikel.” (Mochamad Hary Prasetya)

Pengarahan atau penggerakan di situasi pandemi di redaksi Bolasport saat ini, liputan langsung menjadi sangat dibatasi. Bukan hanya dari eksternal Bolasport, tapi juga dari internal. Para editor dan reporter utamanya adalah menunggu arahan dari atasan. Jika liputan langsung diperbolehkan pun, protokol kesehatan harus diterapkan.

“Jadi kita juga kadang-kadang, kita harus koordinasi juga ke mas wid ataupun ke atasannya mas wid. “boleh ga nih kita liput? Dengan adanya pandemi seperti ini”, kadang-kadang ada yang bilang “boleh, silahkan”, ada juga yang bilang “gabisa, gausah”, walaupun beritanya penting gitu. Ya kita sebenarnya, kalo saya editor, saya meminta tolong ke reporter, saya menunggu arahan dari mas wid ataupun dari atasan. Kalaupun seandainya mas wid bilang, “yaudah silahkan, yang penting jaga jarak aja hati-hati”. Yaudah kalo kaya gitu kita yang beritahu sama reporter kita buat yang tadi mas wid bilang, pake masker, jaga jarak bawa hand sanitizer, dan lain-lain.” (Mochamad Hary Prasetya)

Di pandemi ini liputan banyak dipindah ke platform video conference seperti zoom atau google meet. Menurut Syas (2020 dalam Soraya dkk) Jika biasanya bisa bebas turun ke lapangan, kali ini para wartawan memanfaatkan telepon atau menggunakan video conference seperti zoom cloud meeting, google meet dan skype.

“Lalu kebanyakan juga sekarang kalo di Kemenpora ya, di Kemenpora Ketika ada konferensi pers itu media online maupun cetak itu gabisa meliput secara langsung. Mereka diberikan wadah zoom atau google meet buat melihat konferensi pers.” (Mochamad Hary Prasetya)

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Musqith (2020) bahwa terdapat tantangan baru bagi para jurnalis dalam menghadapi situasi pandemic ini. Terdapat enam tantangan yang dijelaskan, termasuk bagaimana media dan jurnalis itu sendiri harus membiasakan diri dengan teknologi media baru dan ruang lingkup interaksinya. Di mana sekarang para jurnalis dan media memanfaatkan platform zoom atau sejenisnya : “kalo online gini ya via zoom atau telepon, terus ya bisa juga kurasi dari website-website lain itu. Gitu paling sih.” (Dwi Widiyatmiko)

Wawancara via daring tersebut memang ada plus minusnya, reporter bisa di mana saja dalam mewawancara atau saat menghadiri konferensi pers. Namun terlepas dari itu, terdapat juga kendala-kendala

seperti tidak bisa menanyakan hal diluar konteks. Contohnya adalah seperti ketika ada konferensi pers seperti yang dijelaskan diatas.

“Terus bagi kita sebenarnya kesulitan juga kalo seandainya kita pantau lewat zoom, karena yang pertama kita gabisa menanyakan isu-isu penting yang diluar konferensi pers ya, misalnya konferensi pers tentang timnas Indonesia tapi kita gabisa nanya tentang liga 1. Artinya kan ga ada berita baru buat kita, itu yang sangat-sangat merugikan buat kita.” (Mochamad Hary Prasetya)

Selain itu, Mas Hary sebagai editor juga terkadang langsung menghubungi klub atau pemain untuk dilakukan wawancara. Itu pun terkadang ada yang mau dan juga ada yang tidak mau.

“Kadang-kadang kita juga melobi klub-klub, melobi agen pemain, melobi pemain buat zoom bareng sama kita, mereka ada yang mau, ada yang gamau, ada yang susah” (Mochamad Hary Prasetya)

Jika ada liputan langsung pun, itu seringkali jika liputan tersebut membutuhkan video. Bolasport melakukan appointment kepada narasumber tersebut.

“kita kalo tatap muka seandainya kita ada liputan video ya mas ya? Misalnya ada janji video sama narasumber misalnya nih sama PT LIB, itu kita mengirim, misalnya saya sama reporter dua orang. Itu kita ketemu, “janjian disini ya jangan dikantor.” Itu baru ketemu. Kalo seandainya ga ada liputan seperti itu, ga ada janji buat wawancara video, ya kita aktivitasnya lewat online.” (Mochamad Hary Prasetya)

Dalam mendapatkan berita di pandemi ini, jurnalis tidak hanya mengandalkan wawancara saja, melainkan juga bisa memanfaatkan sosial media. Hal ini senada dengan tantangan lainnya menurut Muqsith (2020) yaitu Jurnalis harus memanfaatkan sosial media dalam mencari informasi awal. Bahkan bisa mengutip cuitan atau unggahan foto atau video dari narasumber di media sosial.

Dalam hal ini Bolasport juga pernah melakukannya, contohnya adalah ketika mencari sumber berita mengenai rubrik ‘sejarah hari ini’. Sosial media klub-klub seringkali mengupload terlebih dahulu mengenai pertandingan atau peristiwa penting apa saja yang pernah terjadi di hari

tertentu. Dari situ, Bolasport mengembangkan lagi hingga akhirnya bisa diulas dengan baik.

“Sekarang gampang sekali ya untuk menulis sejarah hari ini, kadang-kadang media sosial klub itu juga mengupload sebuah momen hari ini ada pertandingan mengenang tahun lalu pertandingan lawan ini lawan ini. Dari situ kita juga lihat, “oh ini ada ini ada ini”, jadi sedikit tambahan juga buat kita ternyata hari ini tu ada pertandingan yang harus diulas dengan baik gitu.” (Mochamad Hary Prasetya)

Gambar 3.1 salah satu berita mengenai sejarah hari ini

(sumber: <https://www.bolasport.com/read/312553042/sejarah-hari-ini-persija-bikin-persib-mati-kutu-di-siliwangi> , diakses 17 April 2021)



Tantangan selanjutnya menurut Muqsith (2020) adalah Jurnalis dan media harus terbiasa melakukan riset kecil-kecilan untuk mengetahui kecenderungan masyarakat terkait isu-isu yang jadi fokus perhatian mereka. Selain bisa melihat dari trending topik. Dalam hal ini Bolasport fokus dengan yang memang disukai oleh pembaca. Contohnya adalah mengangkat tentang klub-klub besar di Liga 1 dan tentu saja tentang timnas.

“focus materi-materi yang memang udah terbukti disukai pembaca. Makanya kalo klub-klub kayak, mohon maaf nih, kayak Persib ataupun klub-klub yang kurang beken gitu ya memang agak kurang kita angkat, kita kesampingkan gitu. Mereka ada tapi tidak terlalu banyak, lebih focus ke Persija, Persib, Persebaya, Arema yang klub-klub top dan juga yang

menarik pastinya timnas, timnas itu juga pasti salah satu materi yang ‘seksi’ gitu dan kalo misalnya pembaca pengen nyari itu, banyak nyari itu kan, ya kita harus sediakan gitu.” (Dwi Widiyatmiko)

Intinya adalah, Bolasport selalu berusaha untuk memberikan informasi yang diinginkan oleh pembaca.

“Mereka minta stok berita yang banyak ya kita sediakan. Minta stok yang banyak dari timnas, dari klub-klub beken, dari pemain-pemain Indonesia yang ada di luar negeri, yang sekarang main di eropa gitu ya jadi isu yang baru, itu yang kita usahakan, kita berikan informasi yang baik kepada pembaca.” (Dwi Widiyatmiko)

Selanjutnya, tantangan menurut Muqsih (2020) yang dapat dilakukan oleh redaksi Bolasport adalah bisa memanfaatkan big data untuk meningkatkan kemampuan pengumpulan data dan informasi yang mempermudah menemukan bahkan menganalisa hal yang menarik untuk disajikan. Dalam hal ini redaksi Bolasport menggunakan google analytic untuk melihat page view. Di mana jika page view tinggi dapat diartikan bahwa suatu artikel memiliki pembaca yang banyak.

“kita pake google analytic sih Diast, kalo di google analytic itu kan ada jumlah page view, kemudian jumlah usernya berapa, page view sih yang jadi ukuran. Kalo page view nya tinggi ya berarti bagus gitu.” (Dwi Widiyatmiko)

Dengan perkembangan teknologi saat ini membuat jurnalisme online semakin berkembang dengan pesat. Maka dari itu, model-model jurnalisme via internet dan teknologi seluler yang membawa kecanggihan teknologi ini juga membawa dampak bagi implementasi kerja jurnalisme mainstream (cetak, radio, dan televisi). Menurut Trianton (2016) jurnalistik online adalah proses penyampaian pesan atau informasi menggunakan jaringan internet (media online) sebagai medianya sehingga mempermudah akses informasi kepada khalayak.

Menurut Trianton (2016), jurnalistik online memiliki beberapa karakteristik yang khas dibanding media konvensional, yaitu bersifat

real time, interaktif dan interkoneksi yang nirbatas (tanpa batas) dan menyediakan fitur multimedia. Dalam memberikan kecepatan informasi yang bersifat real time, Bolasport membuat aturan pembagian shift. Dengan itu hampir bisa dipastikan Bolasport selalu bisa menyediakan informasi-informasi yang update.

“Dari satu hari ada yang pagi sampe siang ada yang siang sampe sore, sore ke malam, malam ke pagi lagi, jadi setiap jam itu udah ada yang ngisi itu diast. Baik reporter maupun editornya. Yaudah nenti reporter bikin berita, masukin ke basket, tulisannya artikelnnya diambil sama editor terus dikoreksi, dipublish. Gitu terus selama 24 jam, jadi gapernah lowong sih. Pasti ada yang ngisi, stand by gitu ya baik reporter maupun editor. Jadi insyaAllah ya setiap weekend baik itu domestic atau internasional ke cover semua dengan system shift itu.” (Dwi Widijatmiko)

Selain itu juga dalam menyeimbangkan tulisan-tulisan yang dibuat, Bolasport memiliki cara yaitu dengan melakukan penjadwalan : “Disitu mungkin kita bisa menyeimbangkan berita itu di website bolasport dengan cara dijadwalkan beritanya,” (Mochamad Hary Prasetya)

Dijadwalkan adalah ketika sepakbola nasional bisa menyumbang banyak tulisan, desk yang lain bisa menyelipkan tulisannya di antara tulisan sepakbola nasional tersebut.

“artinya Ketika sepakbola nasional bisa naik banyak, sementara olimpiik itu kita dahulukan. Misalnya antara kita publish sepakbola nasional, terus habis itu kita selipkan olimpiik, baru sepakbola nasional lagi, mungkin seperti itu, ga mungkin kita ngegeser olimpiik. Olimpiik tu ga mungkin kita geser karena emang beritanya sedikit. Kalo kita geser, misalnya jam 2 siang, sementara sekarang baru jam 10 pagi artinya kan kita harus naik jam 11 pagi, gabisa kita digeser sampe jam 2 siang, mungkin kalo sepakbola nasional bisa karena emang skuadnya banyak, 1 orang bisa nulis 8 berita. Seperti itu sih yast, jadi ada semacam pengaturan jadwal.” (Mochamad Hary Prasetya)

Dalam memberikan tanggapan atau respon secara langsung, Bolasport memanfaatkan kolom-kolom komentar yang ada di sosial media seperti Instagram dan twitter : “kalo itu sih kita paling manfaatin kolom komentar yang ada di medsos ya. Biasanya yang rame kan Instagram, terus twitter.” (Dwi Widijatmiko)

Dalam menyajikan fitur multimedia, di media online, format penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio dan visual. Di Bolasport sendiri, terdapat tim multimedia dan tim medsos. Tim multimedia yang mengolah video dan grafis, sedangkan tim medsos yang mengurus facebook, twitter dan Instagram.

“Di multimedia itu nanti akan mengelola video, mengolah grafis buat Instagram. Kemudian kita juga punya tim medsos, yang mengurus facebook, twitter sama Instagram.”
(Dwi Widiatmiko)

Dalam memberitakan pemberhentian liga sepakbola nasional di masa pandemi, Bolasport membuat isu tersebut menjadi breaking news di website mereka.

Gambar 3.2 berita mengenai putusan PSSI soal berhentinya kompetisi di website bolasport.com

(sumber: <https://www.bolasport.com/read/312079989/breaking-news-pssi-keluarkan-6-poin-salah-satunya-kompetisi-berhenti> , diakses 14 April 2021)



Di berita tersebut terdapat video, namun video tersebut tidak kontekstual dengan berita yang ditulis. Video bukan bersangkutan dengan berita PSSI tersebut.

Gambar 3.3 adanya video di berita tersebut namun tidak kontekstual.

(sumber: <https://www.bolasport.com/read/312079989/breaking-news-pssi-keluarkan-6-poin-salah-satunya-kompetisi-berhenti> , diakses 14 April 2021)



Sedangkan di official youtube mereka, ada video berdurasi 3 menit tentang ‘breaking news’ dihentikannya Liga sepakbola Indonesia. Di video tersebut dibuat menjadi slideshow tulisan dan gambar-gambar seperti zoom meetings ketika PSSI rapat dengan klub, lalu ada foto ketum PSSI hingga logo PSSI. Di video tersebut lebih menonjolkan tulisan dibawahnya.

Gambar 3.4 video di Youtube Bolasport mengenai berhentinya kompetisi

(Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=GGr_2NYuEas , diakses 14 April 2021)



Pemberitaan Bolasport melalui official youtube memang kebanyakan hanya menampilkan slideshow tulisan dan gambar, sepakbola nasional maupun internasional. Dan di youtube, beritanya juga cukup lengkap walaupun tetap website lah yang utama.

Gambar 3.5 salah satu video berita tentang sepakbola internasional

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=cFW0MuL6674> , diakses 14 April 2021)



Selain hanya menampilkan slideshow mengenai berita, di youtube Bolasport juga terdapat ‘wawancara eksklusif’, di mana isinya adalah wawancara dengan pihak yang dituju untuk kemudian ditampilkan di youtube. Di situasi pandemic, wawancara yang dilakukan adalah daring via telepon namun tetap dikemas menjadi video.

Gambar 3.6 video ‘wawancara eksklusif’ di akun youtube Bolasport

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=TqSzkdqYNw0> , diakses 14 April 2021)



Sedangkan di Instagram sendiri, Bolasport lebih banyak menampilkan hasil pertandingan.

Gambar 3.7 salah satu contoh postingan hasil pertandingan di Instagram bolasport

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CKtmcwYIV84/> , diakses 14 April 2021)



Jika ada berita pun itu hanya berita yang bertajuk ‘breaking news’ namun tetap diarahkan ke website untuk kemudian membaca fullnya.

Gambar 3.8 tentang berita di Instagram Bolasport

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CG6vEStBgaJ/> , diakses 14 April 2021)



Terkadang Instagram Bolasport juga menampilkan infografis-infografis yang menarik.

Gambar 3.9 salah satu contoh infografis di Instagram Bolasport

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CKdrHbZhGSp/> ,
diakses 14 April 2021)



Selain dalam bentuk postingan, Bolasport juga beberapa kali melakukan Instagram live khususnya dengan pemain sepakbola nasional tentang bagaimana keadaan mereka di tidak adanya kompetisi beberapa bulan yang lalu.

“Kemarin kita sering selama WFH ini kebetulan kan itu tadi, udah dijelaskan, sulit ya untuk ke lapangan. Nah temen-temen nasional punya banyak ide, mereka melakukan Instagram live sama atlet-atlet sama pesepakbola-pesepakbola nasional. Itu kan mereka banyak cerita tu kalo Instagram live kita tanya macem-macam, mereka ya ceritanya juga macem-macam dan sering ceritanya tentang di luar lapangan gitu. Nah itu jadi bahan tulisan juga gitu.” (Dwi Widiyatmiko)

Gambar 3.10 Live Instagram Bolasport dengan Diego Michiels.

(Sumber: https://www.instagram.com/tv/CFmbS_altBQ/ ,
diakses 14 April 2021)



4) Pengawasan

Tahap pengawasan lebih mudah. Di situasi pandemi sekarang dipermudah dengan adanya system CMS. dengan adanya CMS, pengawasan pun tetap dilakukan seperti biasa.

“iya, kan ketauan ya kalo ada yang mau mangkir gitu ya ketauan pasti. Gampang kalo pengawasannya sih. Intinya semua tuh ya kurang lebih sama lah dari perencanaan, sampe apa namanya, pengawasan, evaluasi tu ya hampir sama di covid ini, yang bikin beda ya itu, WFH, jadi system kerjanya aja sih yang sedikit berubah. Kalo semuanya hampir sama lah kayak normal.” (Dwi Widijatmiko)

Di dalam sistem CMS tersebut, bisa diketahui untuk kemudian diawasi tentang target masing-masing karyawan, seperti target tulisan.

“Jadi kita bisa tau setiap karyawan itu, kan mereka punya target masing-masing, sehari berapa tulisan, itu kita tercatat sih di system, jadi gampang gitu kita bisa ngontrol.” (Dwi Widijatmiko)

Selain target, CMS juga mengawasi tentang absensi ataupun sistem shift yang ada di Bolasport.

“Kemudian ya sama kayak shiftnya juga begitu, kalo misalnya ada yang absen ya langsung tau, “oh ini kok ga ada, kemana” gitu. Tapi biasanya sih diinfokan kalo misalnya ijin

sakit atau apa. Jadi kita didukung sama sistemnya ini sih Diast, yang udah ngecatet semuanya sendiri gitu.” (Dwi Widijatmiko)

Untuk yang mengawasi sistem pengawasan CMS tersebut dilakukan oleh tim IT. Tim IT itu sendiri tidak bukan hanya mengawasi Bolasport saja, tapi juga mengawasi seluruh grup Kompas Gramedia, di mana Bolasport Bersama Bolasport network berada dibawah Kompas Gramedia tersebut.

“Yang mengawasi system kita punya tim IT, tapi tim IT nya bukan tim IT bolasport sendiri. Tapi tim IT namanya grid ya, kan dalam bolasport network itu dibawah grid. Jadi satu unit di kompas Gramedia, IT semua website yang grid network itu ditangani sama satu pintu ini, jadi mereka yang bikin sistemnya, mereka yang mengawasi.” (Dwi Widijatmiko)

Bentuk evaluasi tulisan atau naskah dilakukan oleh editor ataupun reporter itu sendiri. Tidak menutup kemungkinan juga untuk Pak Wiwid sebagai asisten redaktur pelaksana untuk ikut melakukan koreksi atau evaluasi.

“Kalo evaluasi ya masuknya koreksi naskah, koreksi artikel kemudian ya dilakukan baik sama editor sama maupun reporter. Kadang saya juga ngoreksi kalo ada judul yang typo misalkan atau tulisan yang keliru itu diulang, dikoreksi di hari itu juga.” (Dwi Widijatmiko)

Sedangkan untuk evaluasi kinerja, dilakukan selama enam bulan sekali. Di evaluasi tersebut terdapat evaluasi terhadap target dan kendala.

“Kemudian kalo evaluasi kinerja, ya jadi setiap berapa bulan sekali kita evaluasi tu temen-temen gimana ininya, targetnya tercapai ga, kendalanya apa, kita evaluasi terus secara rutin gitu ya. Paling ya 6 bulan sekali lah kalo evaluasi kinerja.” (Dwi Widijatmiko)

Dalam mendukung sebuah tulisan, tentunya dibutuhkan narasumber. Di Bolasport sendiri pemilihan narasumber mengutamakan kepada narasumber yang berkaitan dengan apa yang diangkat terlebih dahulu. Bolasport juga tidak menutup kemungkinan untuk mengambil dari sumber tertulis yang ada. Namun juga hal tersebut harus

dikembangkan, tidak hanya copy paste saja. Tetap yang utama adalah melihat dahulu apa yang sedang ramai diperbincangkan di masyarakat.

“Jadi bisa dari narasumbernya langsung tapi kita juga bisa dari hasil riset, dari hasil kurasi berita dari website lain. Kalau narasumber utama pasti kita ambil dari seseorang yang penting atau yang berkaitan lah dengan apa yang akan kita angkat. Jadi sangat terbuka gitu, kalo misalnya di website lain ada isu yang memang bagus gitu ya, ya kita ambil itu tapi tentu saja tidak Cuma ambil terus di copy kemudian kita paste aja gitu, tapi juga kita kembangkan karena ya kita juga, Mas Hary dan temen-temen juga pasti punya sumber-sumber lain yang bisa memperkuat tulisan. Kalo dari sumber lain sih sangat terbuka ya Diast. Itu tadi, kita melihat situasinya apa yang lagi hot apa, kita ngambil game plan nya dari situ.” (Dwi Widiyatmiko)

Lalu untuk hambatannya sendiri, Bolasport menyoroti hambatan mengenai pandemi dan ketidakjelasan soal Liga itu sendiri. Dengan ketidakjelasan dan pandemi tersebut, liputan tentang sepakbola nasional jadi sangat terbatas. Otomatis desk sepakbola nasional di Bolasport juga terkena dampaknya.

“kalo hambatan sih, kalo menurut saya ya, yang kerasa banget yang ini tim dari sepakbola nasional sama olimpiik. Selama WFH ini, selama covid ini. Karena kan, ya mereka biasanya gampang aja gitu ke lapangan, ketemu narasumber, setiap minggu mungkin ada event, ada pertandingan di sepakbola nasional di Liga 1 Liga 2, banyak banget gitu. Ga akan kekurangan sumber berita. Kalo dalam kondisi normal gitu ya, tapi mendadak sejak setahun yang lalu harus berubah, event ga ada, kemudian kumpul-kumpul juga dilarang kemudian narasumber mungkin agak takut ketemu untuk nerima-nerima reporter untuk wawancara lama lama gitu ya.” (Dwi Widiyatmiko)

Gambar 3.11 wawancara via google meet dengan Pak Dwi Widiyatmiko dan Mas Mochamad Hary Prasetya

(Sumber: Screenshoot dari hasil rekaman google meet)



Tabel 3.2 Rangkuman Temuan Penelitian Bolasport.com

	Masa Pandemi
Perencanaan	Dalam tahap perencanaan di media Bolasport.com, mereka menyerahkannya kepada masing-masing desk yang ada di Bolasport, yaitu desk sepakbola nasional, sepakbola internasional dan olimpiik. Tahap perencanaan di situasi pandemi tidak jauh berbeda dari situasi normal. Perbedaan utama terletak pada di lokasi rapat redaksi, jika di situasi normal rapat redaksi dilakukan di kantor, di situasi pandemi rapat redaksi dilakukan di rumah masing-masing. Rapat dilakukan via daring atau telepon.
Pengorganisasian	Di tahap pengorganisasian pun demikian, tidak jauh berbeda dalam penerapannya. Perbedaan yang paling menonjol adalah adanya pembagian WFH dan WFO. Intinya Bolasport berusaha untuk selalu adaptif dengan situasi pandemi ini. Alur kerja pun mayoritas dilakukan melalui rumah masing-masing. Alur kerja produksi dalam membuat suatu berita bisa langsung liputan ke lapangan (dengan protocol Kesehatan dan seizin atasan) atau juga mengambil dari website luar, khususnya untuk sepakbola internasional. Setelah turun ke lapangan atau kurasi dari website luar, berita dimasukkan ke basket untuk kemudian dikoreksi. Yang terlibat dalam tahap ini adalah semua yang ada di redaksi. Mulai dari pemimpin redaksi hingga reporter, mereka semua punya tugas dan peran masing-masing.

Pelaksanaan	Pengarahan di situasi pandemi, di redaksi Bolasport saat ini, liputan langsung menjadi sangat dibatasi. Bukan hanya dari eksternal Bolasport, tapi juga dari internal. Para editor dan reporter utamanya adalah menunggu arahan dari atasan. Jika liputan langsung diperbolehkan pun, protokol kesehatan harus diterapkan. liputan banyak dipindah ke platform video conference seperti zoom atau google meet. Hal ini membuat Bolasport merasa menjadi terbatas untuk mengembangkan berita.
Pengawasan	Di Bolasport, pengawasan dilakukan melalui sistem yang bernama Content Management System atau biasa disebut CMS. Di dalam sistem CMS tersebut, bisa diketahui untuk kemudian diawasi tentang target masing-masing karyawan, seperti target tulisan. Bentuk evaluasi tulisan atau naskah dilakukan oleh editor ataupun reporter itu sendiri. Sedangkan untuk evaluasi kinerja, dilakukan selama enam bulan sekali. Di evaluasi tersebut terdapat evaluasi terhadap target dan kendala.
Nilai berita olahraga	Dikala pandemi dan liga sepakbola nasional masih belum ada kejelasan kemarin, Bolasport dalam beritanya ada berita tentang ‘sejarah hari ini’. Sejarah hari ini merupakan berita-berita tentang pertandingan memorable yang pernah terjadi di hari tertentu yang sama, namun sudah beberapa tahun yang lalu. Pemberitaan sejarah hari ini masih ada ketika liga sepakbola nasional masih belum jelas, sedangkan sepakbola internasional sudah tidak lagi karena liga-liga sudah mulai jalan. Selain itu Bolasport juga banyak mengangkat tentang kegiatan-kegiatan supporter selama pandemi ini.
Praktik jurnalisme online di media	Perbedaan menonjol di pandemi lagi-lagi terletak di system kerja WFH. Selain itu, sisanya tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Bolasport tetap mengusahakan memberikan informasi yang bersifat real time dengan pembagian shift. Bolasport juga tetap memanfaatkan kolom komentar yang ada di sosial media mereka. Dan dalam menyediakan fitur multimedia, Bolasport tetap memanfaatkan seluruh media sosial mereka.

B. Manajemen Redaksional Detik.com di Masa Pandemi

1) Perencanaan

Sama seperti bolasport, detik.com juga berusaha untuk memproduksi pemberitaan yang berkualitas di masa pandemi ini, di mana manajemen redaksi adalah kekuatan dan daya tarik sebuah media. Di mata khalayak, daya tarik tersebut terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Di pandemi ini, Bolasport menampilkan bagaimana dunia persepakbolaan di situasi sekarang ini. Khususnya Liga sepakbola nasional yang paling lama soal adanya kejelasan.

Di masa pandemi ini, pemberitaan mengenai kisah-kisah di luar lapangan menjadi salah satu berita yang sering dimuat. Di mana kisah-kisah di luar lapangan ini sesuai dengan salah satu karakteristik dari liputan berita olahraga menurut Coakley (dalam Prastya, 2014)

“Justru banyak juga yang ringan-ringan. Jadi misalkan bola secara umum, banyak juga yang suka gosip-gosip di luar

lapangan, gosip percintaan, gosip asmara, banyak yang suka kayak gitu.” (Kris Fathoni Wibowo)

Sedangkan untuk jenis olahraga di Detik sendiri, Pak Kris Fathoni sebagai redaktur pelaksana detiksports menjelaskan bahwa berita yang diangkat melihat dari apa yang disukai pembaca. Jenis olahraga ini termasuk ke salah satu standar berita olahraga menurut Haryati (dalam Prastya, 2019). Salah satu jenis olahraga yang diberitakan adalah sepakbola. Di sepakbola ini, terdapat berita mengenai hasil pertandingan klub-klub besar.

“secara garis besar pembaca detiksport selalu menyukai berita-berita hasil pertandingan bola terutama yang melibatkan tim-tim besar dengan massa pendukung yang besar juga, terutama khususnya MU, Liverpool, itu berita apapun soal mereka biasanya itu sangat kemakan, itu di bola lah ya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selain sepakbola, ada juga pemberitaan mengenai motogp. Mulai dari hasil Latihan, kualifikasi hingga drama-drama yang terjadi.

“Moto gp juga pembaca kita sangat suka, mulai dari hasil latihannya pun sudah banyak yang memantau, dari Latihan, kualifikasi terutama balapan dan drama-drama nya, ini yang biasanya banyak komentarnya soal Rossi soal Marquez, tendang-tendangan atau ada yang jatuh, itu pasti rame, insiden ya jadinya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selanjutnya ada olahraga bulutangkis terutama ketika atlet bulutangkis sedang mengikuti kompetisi.

“bulutangkis juga banyak yang suka di detiksport, apalagi kalo ada bulutangkis-bulutangkis kita yang masuk final, itu pasti suka, walaupun sayangnya kemarin yang di Thailand cuman 1 gelar, tapi ya tetep banyak pembacanya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Dalam menampilkan berita-berita tersebut, detik membuat judul yang menarik agar dapat menarik pembaca. Khususnya adalah pada berita dengan topik-topik yang ringan.

“Bahkan ini sih, di kita, judul, berita-berita kita sebenarnya bagus, detiksport tu sangat bagus, dari dulu tu dah keren-keren, sangat variatif. Tapi terkadang judulnya mungkin kurang mampu mengajak pembaca. Apalagi sekarang makin banyak kalo saya menduga, makin banyak pembaca-pembaca muda diluar existing user kita yang sangat loyal, mungkin belum tau detik.com, mungkin belum tau detiksports. Tapi kalo misalkan kita coba gandeng dengan judul-judul yang alay atau

yang ringan-ringannya dengan tema dan topik yang ringan-ringannya pula. Jadi kalo topik-topik yang ringan itu banyak yang suka, jadi coba kita sesuaikan judulnya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Misalnya adalah ketika ada pemberitaan mengenai kisah diluar lapangan dari seorang pembalap motogp, Miguel Oliveira. Disitu pembahasannya adalah mengenai kisah cinta Miguel Oliveira, detik mencoba meng-combine beberapa aspek sehingga muncul judul yang nyeleneh tapi teerbukti disukai oleh pembaca.

“Misalkan dulu ada di motogp, motogp tu orang pasti banyak yang suka. Terus waktu itu misalkan momennya Miguel Oliveira, dia habis menang di mana gitu waktu itu, terus kemudian ada berita tentang kekasihnya yang ternyata juga adik sambungnya, itu tiga factor ini nih sudah oke sebenarnya, dari motogp, dari Miguel Oliveira, momentum dia dapet dan soal yang diluar lintasan, soal kehidupan asmara, 3 aspek ini kita combine dengan judul yang agak nyeleneh misalkan, “calon istriku adalah adikku” kayak gitu gitu tuh. Itu tu emang alay sekali kan dan itu ternyata terbukti mujarab, kemakan.” (Kris Fathoni Wibowo)

Pak Kris Fathoni menjelaskan bahwa judul-judul seperti itu dibuat agar sebuah berita terlihat lebih santai dan non-formal. Asal tidak terlewat batas, hal itu bisa dilakukan.

“Jadi ya selain tadi tu pemberitaan-pemberitaan yang potensial, begitu, kita coba sesuaikan juga judul yang memang bisa membuat lebih santai, lebih anak muda, lebih ngalay, lebih non-formal. Kalo memang itu bisa kita lakukan, kita lakukan, jadi lebih ke Bahasa tuturan sih sebenarnya. Karena ternyata ada keleluasaan juga sebenarnya itu kalo dari redaktur Bahasa, kalo untuk judul masih di, asal jangan terlalu yang parah-parah banget, masih bisa lah, masih bisa lebih fleksibel.” (Kris Fathoni Wibowo)

Menurut Coakley (dalam Prastya, 2014: 50), ada beberapa karakteristik dari liputan berita olahraga seperti salah satunya adalah pemberitaan mengenai kritik kepada perorangan atau tim. Dalam menampilkan kritik terhadap atlet atau sepakbola itu sendiri, Detik ingin menyampaikannya secara elegan. Pak Kris menjelaskan bahwa jika ingin melakukan kritik, harus mendalami dahulu objek yang akan di kritik. Intinya adalah tidak hanya asal kritik saja.

“Kritik itu akan lebih menohok disampaikan saat dilakukan dengan cara elegan dan membuat orang yang di kritik tidak memiliki ruang untuk membela diri. Kalo saya seperti itu,

jadi misalkan, mau mengkritik sosok-sosok tertentu di sepakbola nasional, kita gabisa Cuma kritik, “wah si ini ga bagus, organisasinya atau klubnya atau cara dia me manage pemain atau me-manage klub ga bagus”. Tapi disitu kita harus mendalami, ga bagusnya di mana, kata siapa, siapa aja yang ngomong, yang bagus seperti apa, ada gambarannya ga yang bagus kayak apa, dia pernah ada di mana saja misalkan, kinerjanya kayak apa.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selanjutnya dalam menampilkan kritik tersebut, Detik meminta komentar dari pengamat agar dapat memberikan perspektif-perspektif kepada pembaca.

“Nah dari situ kita minta lagi, komentar misalkan, komentar pengamat, komentar pengamat tidak serta merta harus menghantam telak orang, institusi atau siapapun yang kita kritik. Kita cari misalkan, narasumber 1 komentator yang bisa memberikan perspektif pada pembaca, perspektif bahwa mana yang baik dan mana yang benar, mana yang oke dan mana yang tidak.” (Kris Fathoni Wibowo)

Ditekankan lagi oleh Pak Kris, Detik tidak hanya ingin asal kritik saja.

“Ini kita mengkritik karena memang gambarannya kayak gini, bahwa yang baik tu seperti itu, kita gambarkan nih, terus juga track record si orang ini memang ternyata layak di kritik misalkan atau institusi ini memang dari dulu bobrok. Nah kayak gitu, jadi ga sekedar “si anu jelek, si anu jelek” gitu, ga gitu. Tapi kadang ya untuk memancing, yang banyak dibaca sebenarnya justru yang kayak gitu modelnya, ini di semua media sih kayaknya. Si A ngomongin si B, Si B jelek, suka ini blab la bla. Itu pasti banyak dibaca” (Kris Fathoni Wibowo)

Dalam memproduksi berita-berita tersebut, diperlukan tahapan manajemen redaksional di mana tahapan tersebut biasa disingkat POAC. POAC dikemukakan oleh oleh George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (dalam Sukarna, 2011), bahwa yang merupakan fungsi dari sebuah manajemen yaitu Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling. Tahap pertama yaitu perencanaan, di mana menurut Nickels dan McHugh (dalam Sule dkk, 2005) kegiatan yang terkait dengan fungsi perencanaan adalah menetapkan bagaimana cara merencanakan terhadap suatu berita yang meliputi rapat redaksi, menetapkan tujuan dan target, merumuskan strategi untuk mencapai suatu tujuan, menentukan sumber-sumber daya yang diperlukan dan

menetapkan standar / indikator keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target.

Di Detik cara merencanakan suatu program berita untuk meliput adalah diawali dengan rapat redaksi. Rapat dilakukan secara rutin untuk menginformasikan, mengupdate, proyeksi apa saja yang sudah dilakukan dan apa yang akan dilakukan dan juga brainstorming.

“kalo detik.com secara umum kita selalu rutin punya rapat redaksi, untuk menginformasikan, mengupdate, apa namanya, proyeksi kita apa yang sudah kita lakukan, apa yang ingin kita mainkan, brainstorming juga, itu di detik.com secara umum ya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Namun dengan pandemi ini, rapat redaksi yang dulunya bersifat formal, sekarang lebih bersifat informal : “Tapi kalo online gini sih, rapat redaksi tidak berlangsung secara formal sih sebenarnya, lebih sering secara informal. (Kris Fathoni Wibowo)

Dari yang dulu dilaksanakan rutin, sekarang lebih sering koordinasi melalui platform whatsapp. Koordinasinya pun berlangsung lebih fleksibel.

Kalo dulu sebulan sekali masih, tapi karena pandemi, agak susah ya, online juga banyak keterbatasan dari teman-teman ya banyak kendala lah. Ya rapat koordinasi tetap kita lakukan, tetap rutin kita lakukan cuma mungkin medianya saja, platform nya saja yang berganti, kalo dulu mungkin tatap muka, sekarang ya kita ramenya di grup whatsapp.” (Kris Fathoni Wibowo)

Dalam rapat redaksi tersebut, biasanya diikuti oleh semua kanal, mulai dari redaktur pelaksana, pimpinan redaksi, tim media sosial hingga SEO.

“jadi kalo rapat redaksi detik.com itu secara umum, semua kanal itu biasanya diikuti sama redpel masing-masing kanal, terus juga dari pimred dan wapimred, juga disertai sama tim dari medsos dan SEO” (Kris Fathoni Wibowo)

Tim dari media sosial dan SEO sendiri bertugas untuk melihat seberapa besar pencapaian yang sudah dilakukan dan melihat bagaimana efektivitasnya.

“Tim dari medsos dan SEO untuk ngefeeding kira-kira, evaluasi ya istilahnya, evaluasi dari sepekan sebelumnya kayak

gimana, dari yang sudah dilakukan di masing-masing kanal seberapa besar pencapaian terkait dengan yang sudah dilakukan di medsos, di apa namanya, di SEO, terus juga kita ada push notifikasi namanya, push notification di detik.com itu juga kayak gimana efektivitasnya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selain itu juga di rapat redaksi detik.com secara umum, membahas tentang apa yang sudah dilakukan, apa yang akan dilakukan dan evaluasi dari segi redaksional.

“Terus apalagi ya, kalo rapat besar sih lebih kesitu sih, kita memaparkan apa yang sudah dilakukan, apa yang akan dilakukan, yang sudah dilakukan, evaluasinya seperti apa, baik dari segi redaksional sudah maksimal kah, angle, tulisan, judul, jumlah berita, sudah maksimal kah itu. Terus juga dari aspek SEO dan medsos, sudah seberapa kemakan kah, seberapa efektif kah, seberapa besar capaian berita-berita tersebut yang sudah kita lakukan, sehingga kedepannya kira-kira kita mau buat apa dalam seminggu kedepan.” (Kris Fathoni Wibowo)

Sedangkan untuk rapat kanal, diikuti oleh seluruh anggota kanal : “kalo rapat kanal itu biasanya sih diikuti sama seluruh personil kanal-kanal bersangkutan.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selain rapat tersebut, terkadang juga ada rapat koordinasi antara kanal dengan redaktur Bahasa dan juga ada rapat antara kanal dengan tim SEO. Rapat dengan redaktur Bahasa ini membahas tentang bagaimana tulisan yang sudah dibuat, apakah masih terdapat typo, mengoreksi kaidah Bahasa hingga SPOK.

“Kadang kala juga kita ada rapat namanya rapat koordinasi dengan redaktur Bahasa yang secara rutin juga mengadakan rapat, jadi misalkan ni berita-berita yang kemaren, selama sepekan ini udah oke lah secara tulisan misalkan. Cuma masih ada beberapa hal yang typo atau salah apa ya, penyampaiannya yang kurang efektif dan efisien secara kaidah Bahasa misalkan atau SPOK nya kurang tepat misalkan terus juga kita punya yang tadi tu tim SEO, itu juga kita punya rapat rutin. Pada intinya sih ini ya, yang tadi saya bilang dari rapat kanal, baik itu kanalnya saja atau melibatkan guru Bahasa atau redaktur Bahasa tadi sama tim SEO, itu biasanya sih diikuti oleh seluruh personil kanal bersangkutan.” (Kris Fathoni Wibowo)

Target dari pemberitaan di Detik yaitu mengutamakan pembaca dan bagaimana tulisan itu bisa dilihat oleh para pemangku kepentingan dan pihak-pihak terkait dalam berita.

“satu ini sampe ke pembaca, pembaca banyak yang suka, pembaca terus diviralkan mungkin, jadi makin banyak yang baca. Kedua ya tadi, ada tujuan juga selain motivasi yang tadi itu bahwa ini harus jadi perhatian dari pemangku kepentingan dan pihak-pihak yang terkait gitu. Jadi maksudnya kita bukan cuman menjual kesedihan, menjual rasa pilu, tapi juga kita harus bisa melakukan sesuatu.” (Kris Fathoni Wibowo)

Target lainnya adalah agar bisa memberikan manfaat bagi pelaku sepakbola, khususnya pemain. Detik juga bertujuan untuk berusaha memajukan sepakbola Indonesia. Pak Kris memberi contoh tentang permasalahan gaji pemain sepakbola di Indonesia.

“kayak gaji pemain, kita memunculkan itu karena jelas, orang Indonesia apa ya, usually tu terketuk gitu hatinya saat melihat “waduh ini kasian banget sih, ga di gaji, ga makan, udah 3 bulan.”, dalam hal ini adalah gimana caranya ni biar orang, misalkan si pesepakbola asing tadi itu dipulangi ke negaranya atau dibayar gajinya, dari situ kita bisa terus ngolah kan, ini apa yang bisa kita lakukan, jadi sering misalkan kontak APPI “ni gimana nih, asosiasi sepakbola professional itu, gimana ni ada yang kayak gini, masih terikat kontrak tapi ga di gaji.” (Kris Fathoni Wibowo)

Ditekankan lagi oleh Pak Kris, Detik ingin beritanya berguna dan berfaedah dengan harapan bisa membawa sepakbola nasional menjadi lebih baik.

“Itu kita kawal terus, dengan harapan itu tadi. Ada sesuatu yang bisa kita lakukan, sesuatu yang berfaedah buat si pesepakbola itu. Jadi ga cuma sekedar jualan rasa sedih agar dibaca orang, tapi juga berguna dan berfaedah bagi orang yang memberitakan itu. Pada akhirnya kan secara gambaran besar, siapa tau nanti kita juga bisa membuat sepakbola nasional jadi lebih baik, semoga tidak terjadi lagi misalkan insiden-insiden kayak itu tadi, dalam konteks tadi ya, pemain ga di gaji. Gitu sih.” (Kris Fathoni Wibowo)

Untuk mencapai target tersebut, Detik dengan strateginya mengutamakan jejaring, apa yang disukai pembaca, trend dan pola pembaca.

“Kita punya jejaring, punya jejaring banyak sih. Karena taruhlah 10-13 orang gamungkin tau sampe ke hal-hal yang ke

pelosok pelosok gitu kan. Harus tau jejaring, kita harus tau kita punya jejaring informasi di mana mana, baik itu secara langsung maupun memanfaatkan teknologi ya, medsos salah satunya. Terus juga kita harus tau, apa sih yang sebenarnya disukai pembaca, diinginkan pembaca, itu sih sebenarnya. Trend ya, trend ini kan sering berubah-ubah, ini makanya kita sering brainstorming, sering koordinasi, dari situ sebetulnya ketemu kan polanya, bahwa pembaca saat ini kayaknya ni sukaknya yang model gini karena berita abcde yang punya pola sama itu akan kemakan. Sedangkan berita-berita xyz dengan pola berbeda agak kurang kemakan, nanti akan ada titik kompromi bahwa ini bagian dari strategi juga sih.” (Kris Fathoni Wibowo)

Untuk kendala sendiri, Detik menyoroti pandemi ini dan juga kurang sumber daya manusia.

“kalo sekarang yang secara actual nya ya ini, pandemi ini. Yang kedua juga banyak yang pengen kita lakukan cuman ya itu, terbentur masalah sumber daya manusia. Walaupun kita punya biro banyak misalkan, itu tenaganya kan juga terbatas. Jadi misalkan kita pengen menggali lebih dalam, agak sulit. Jadi kita harus membagi dengan kebutuhan kanal-kanal lain.” (Kris Fathoni Wibowo)

Dalam memunculkan inovasi secara eksternal, Detik mengarahkan kepada keseluruhan untuk melihat bagaimana media-media lain, media-media luar. Karena bukan tidak mungkin jika nantinya apa yang dipelajari diluar tersebut, bisa dimasukkan ke bagian Detik.

“pertama-tama mungkin eksternal kali ya, kita, saya pribadi sih selalu meng encourage temen-temen untuk melihat, melihat bukan Cuma, apa yang dilakukan tetangga, media-media lain, tapi juga apa yang ada di media sosial, yang ada di media luar, apa namanya, ga melulu soal media konvensional tapi juga media sosial, didalam dan diluar. Dari situ kadang-kadang kita tergelitik, “wah ini lucu juga ni, ni seru juga nih, ni bagus juga nih, kayaknya bisa ga ya diginin di detik.com”, jadi sebenarnya sih bukan Cuma bicara pada scope detiksport aja, tapi secara umum sih, gini kasarnya, sering-sering deh main keluar, liat-liat diluar ada apa, siapa tau nanti pas lo balik ke dalem, lo bisa cerita, lo liat apa aja diluar, mau yang jauh mau deket, lo main sejauh-sejauhnya itu enak justru, lo bisa liat banyak hal, pasti lo dateng kesini, kita ngobrol.” (Kris Fathoni Wibowo)

Sedangkan untuk inovasi secara internal, Detik mengutamakan budaya “ngobrol’ agar bisa lebih dekat satu sama lain. Walaupun saat ini hal tersebut sedang terkendala pandemi.

“Kalo internal, balik lagi tu tadi, saya selalu berusaha untuk ngobrol lah kita ngobrol, walaupun mungkin jarang juga ya sekarang kalo lagi pandemic gini, pake daring gini saya kurang srek sebenarnya hehehe, lebih enak tuh ngobrol langsung gitu lho, sambil ngopi, sambil makan pisang goreng, itu ide ide liar tu pasti keluar disitu, dari situ, dari obrolan chit-chat kecil itu ditambah yang tadi saya bilang, dari eksternal kita lihat ada apa saja di sekeliling kita, terus kita ngobrol di dalam secara internal, itu biasanya ketemu gitu kan.” (Kris Fathoni Wibowo)

2) Pengorganisasian

Setelah tahap perencanaan, selanjutnya masuk ke tahap pengorganisasian. Menurut Juwiriyah (2008) pada tahap pengorganisasian adalah mengatur dan mengorganisir pembagian tugas kerja dan penempatan reporter untuk melakukan tugas tersebut. Di dalam tahap pengorganisasian ini ada pemimpin redaksi yang memiliki tugas untuk merencanakan kegiatan, merumuskan strategi redaksi media dan mengarahkan jalannya proses redaksi. Pemimpin redaksi dibantu oleh redaktur. Secara umum, struktur suatu redaksi media terdiri dari pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, coordinator liputan dan reporter. Dalam pembagian tugas di Detik, Detiksport terutama, utamanya pembagian tugas meliputi redaktur pelaksana, wakil redaktur pelaksana dan redaktur sepakbola nasional.

“jadi ada saya sebagai redpel, ada wakil redpel dibawah saya, setelah itu ada redaktur bola nasional yang tugasnya itu tadi, walaupun ngurusin semua tapi tetep focus, utamanya, prioritasnya di sepakbola nasional, soal agenda, topik, tema soal apa yang sedang rame, itu di redaktur bola nasional.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selain itu, ada juga redaktur khusus media sosial yang tugasnya tentu saja berhubungan dengan media sosial. Redaktur media sosial ini pun dibantu oleh wakil redaktur dalam pekerjaannya.

“Terus juga ada redaktur medsos juga, itu bagaimana cara memaksimalkan, meng-amplifikasi, merumuskan, merangkum berita-berita kita yang bisa diteruskan ke tim media sosial untuk yang seperti apa, apakah infografis, apakah sekedar story misalkan, apakah itu cocok di facebook, apakah itu cocok di twitter, apakah itu, mungkin nanti ada juga cocok buat di tiktok atau gimana nah itu dari redaktur medsos sih. Dari situ sih ada

wakil redaktur juga, wakil redaktur yang fungsinya mem backup tugas dari redaktur-redaktur ini.” (Kris Fathoni Wibowo)

Di sepakbola nasional, memang khusus ada redaktur untuk menanganinya. Dalam praktiknya, redpel dan wakil redpel saling koordinasi untuk kemudian dikembangkan oleh redaktur sepakbola nasional dan reporter di lapangan.

“Cuma kalo bola nasional memang harus dikhususkan redaktornya itu. Habis itu paling misalkan dari saya bisa langsung ke redaktur bola nasional misalkan, ada isu ini nih, saya libatkan wakil redpel, ngomong ke redaktur bola nasional “eh ada begini begini begini, coba di tindak lanjutin, digali coba, kayaknya bisa” misalkan arahnya yang kasus kemaren bisa diperdalam lagi. Habis itu nanti redaktur sepakbola nasional akan coba ngembangin kira-kira arahnya akan kemana kemudian di delegasikan lagi ke temen-temen khususnya yang di lapangan. Gitu kira-kira.” (Kris Fathoni Wibowo)

Di situasi pandemi ini tahap pengorganisasian di Detik juga mengalami penyesuaian. Menurut Indah (dalam Soraya dkk 2020) jajaran redaksi seperti pimpinan redaksi, wakil pimpinan redaksi, redaktur, editor dan layouter serta sosial media spesialis untuk media online yang biasanya work from office berubah menjadi work from home. Di Detik sendiri, WFO dan WFH diberlakukan. Saat WFO dan WFH tersebut diberlakukan, redaksi Detik memanfaatkan platform Whatsapp untuk melakukan koordinasi.

“oh iya ada, karena covid ini kita ya beradaptasi, ada yang mau gamau ya sekarang jadi agak bergeser sih, ga bisa tatap muka secara spesifik.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selanjutnya mengenai alur kerja di masa pandemi, alur kerja di Detik pada dasarnya sangat cair, karena ada WFH dan WFO, informasi juga bisa didapat dari mana saja. Namun tentu saja tidak menelan mentah-mentah informasi yang didapat.

“Sekarang itu sih pada dasarnya sangat cair sih ya, bisa dari rumah, bisa ke lapangan langsung. Informasi bisa dari mana aja. Cuma bagaimana kalo kita di detik sih sebenarnya kita biasakan, lagi lagi secara umum ya, secara umum di detik.com, kita biasakan jangan mentah-mentah mengolah informasi, baik itu yang ada di lapangan, baik itu yang ada di media lain maupun di medsos, terutama di medsos.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selain tidak begitu saja dalam menerima informasi atau topik, Detik juga berusaha untuk selalu menaati Undang-undang siber yang berlaku.

“Pedoman undang-undang siber itu, berita mana mana saja yang sekiranya bisa dan tidak, bahkan kadang-kadang pun saya tidak ini juga sih, kadang-kadang kita saking semangatnya memberitakan, temen-temen ada yang lupa misalkan, di detik.com ya, lupa misalkan “oh ada foto, foto jenazah lupa di blur gitu”, itu juga kita saling ingatkan, karena yang kayak gitu ya tidak pantas sebenarnya. Tidak layak untuk dimunculkan.” (Kris Fathoni Wibowo)

3) Pelaksanaan

Setelah tahap pengorganisasian, dilakukanlah tahap actuating atau penggerakan atau pelaksanaan. Menurut Trianton (2016), penggerakan atau pelaksanaan di bidang redaksi dilaksanakan dengan menggerakkan wartawan dengan segala fasilitas penunjang agar bekerja menghasilkan produk jurnalistik. Fungsi manajemen Pelaksanaan adalah fungsi yang paling penting karena berhubungan dengan sumber daya manusia.

Tahap penggerakan atau pelaksanaan di Detik lebih mengarah kepada personal approach dari Pak Kris sendiri selaku redaktur pelaksana detiksports. Caranya bisa dengan kontak langsung dengan para karyawan. Hal ini dilakukan juga karena detiksports tidak hanya berlokasi di Jakarta.

“yang tadi saya bilang juga sih, saya sebenarnya lebih suka personal approach ya. Jadi japri misalkan. Karena kita kan detiksport kebetulan tidak semua di Jakarta, kita kan ada yang di Jogja.” (Kris Fathoni Wibowo)

Tidak selalu melalui personal approach, redaksi di detiksport juga dianggap sudah tau apa yang harus dilakukan. Redaksi detiksports selalu mampu untuk berinisiatif. Selain itu juga, sharing menjadi hal yang dilakukan dalam tahap pelaksanaan di Detik.

“Tapi sih sebenarnya juga tidak melulu mesti japri karena udah pada tau apa yang mesti dilakukan sebelum digerakkan sebelum diarahkan udah tau gitu, sudah sangat berinisiatif. Temen-temen sport sekarang begitu. Tapi diluar itu, di luar inisiatif mereka seringkali lebih ke sharing aja sih, “ini ada seperti ini ini ini, ada yang bisa garap tolong ya?” dan biasanya langsung ada yang inisiatif langsung ada yang garap. Jadi kalo

misalkan kayak sekarang ini saya lagi gabisa berinteraksi banyak sama temen-temen sport ya akan saya delegasikan ke wakil maupun redaktornya sih. Kalo ke redaktur tetep dengan sepengetahuan wakil saya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Menurut Indah (2020 dalam Soraya dkk) Pandemi Covid- 19 ini merubah pola liputan dalam dunia jurnalistik. Jika dalam kondisi normal kegiatan jurnalistik biasa dilakukan dengan turun ke lapangan, mencari data melalui observasi maupun wawancara secara langsung, dikala pandemi Covid-19 kegiatan jurnalistik seperti wartawan tak lagi bebas untuk bisa turun ke lapangan untuk mencari data. Menanggapi peristiwa saat ini, Detik menekankan untuk selalu menjalankan protokol kesehatan jika ada liputan langsung : “iya tentu saja harus menyesuaikan dengan protokol Kesehatan, kalo turun langsung ya pake masker segala macem, 3M lah.” (Kris Fathoni Wibowo)

Muqsith (2020) menjelaskan bahwa terdapat tantangan baru bagi para jurnalis dalam menghadapi situasi pandemic ini. Terdapat enam tantangan yang dijelaskan, termasuk bagaimana media dan jurnalis itu sendiri harus membiasakan diri dengan teknologi media baru dan ruang lingkup interaksinya. Di mana sekarang para jurnalis dan media memanfaatkan platform zoom atau sejenisnya.

“Tapi juga terkadang kita diminta untuk meliput kegiatan-kegiatan yang online atau daring. Jadi nanti masuk ke zoom, kita dikasih kesempatan untuk bertanya, gitu sih paling. Jadi ya bisa dibilang memang jadi terbatas banget, semua mau jadi dialihkan ke zoom gitu kan.” (Kris Fathoni Wibowo)

Dalam mendapatkan berita di pandemi ini, jurnalis tidak hanya mengandalkan wawancara saja, melainkan juga bisa memanfaatkan sosial media. Hal ini senada dengan tantangan lainnya menurut Muqsith (2020) yaitu Jurnalis harus memanfaatkan sosial media dalam mencari informasi awal. Bahkan bisa mengutip cuitan atau unggahan foto atau video dari narasumber di media sosial. Detik.com sendiri melalui Pak Kris selalu mengajak redaksi Detik untuk melihat dunia luar, termasuk media sosial. Karena dari situ terkadang muncul ide-ide yang bisa saja diterapkan di Detik.

“saya pribadi sih selalu meng-encourage temen-temen untuk melihat, melihat bukan Cuma, apa yang dilakukan tetangga, media-media lain, tapi juga apa yang ada di media sosial, yang ada di media luar, apa namanya, ga melulu soal media konvensional tapi juga media sosial, didalam dan diluar. Dari situ kadang-kadang kita tergelitik, “wah ini lucu juga ni, ni seru juga nih, ni bagus juga nih, kayaknya bisa ga ya diginin di detik.com”, jadi sebenarnya sih bukan Cuma bicara pada scope detiksport aja, tapi secara umum sih.” (Kris Fathoni Wibowo)

Detik juga memiliki semacam rubrik di web mereka yang terinspirasi dari media sosial yaitu twitter. Detik memiliki program “detik do your magic” yang berangkat dari seringnya kalimat “do your magic” sering dipakai di twitter

“Nah kayak sekarang ni di detik.com punya program sih namanya detik.com do your magic, ini berangkat dari medsos. Apa sih dulu, twitter do your magic ya, jadi ada pembaca, pengguna detik.com menemukan masalah di sekeliling mereka, kemudian kita serap masalah itu ada apa, kita coba dalam dan bukan Cuma berhenti sampe situ, bukan Cuma masalah, ni berlaku semua seluruh detik.com, bukan Cuma memberitakan fenomena dan masalah apa yang terjadi, tapi kita juga coba mencari solusi.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selanjutnya, informasi di media sosial itu bisa dianggap menjadi pantulan : “Nah kalo bicara di medsos tadi itu, medsos lebih kita anggap sebagai pantulan sebenarnya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Pantulan dalam arti, medsos menjadi informasi awal dan kemudian digali lagi kebenaran, keabsahan hingga akhirnya bisa dikembangkan menjadi berita.

“Jadi yang biasa kita lakukan seperti itu sih, jadi dari medsos misalkan dari sumber-sumber mana yang akan sulit kita kutip secara langsung kita jadikan pantulan berita untuk mengembangkan. Kita jadikan itu sumber informasi awal sih, apa ya, sumber informasi awal yang kemudian ya harus kita kembangkan. Begitu sih kira-kira, jadi memang sebagai info awal itu luar biasa kalo medsos karena semua orang ber-medsos, semua orang bisa menjadi sumber informasi, Cuma informasinya yang seperti apa. Jadi apa ya, ya kalo sumber informasi sebenarnya dari mana aja kita bisa jadikan itu paling tidak pantulan, informasi awal yang kemudian bisa kita gali lagi

kebenarannya, keabsahannya dan bahkan kita kembangkan terus.” (Kris Fathoni Wibowo)

Tantangan selanjutnya menurut Muqsith (2020) adalah Jurnalis dan media harus terbiasa melakukan riset kecil-kecilan untuk mengetahui kecenderungan masyarakat terkait isu-isu yang jadi fokus perhatian mereka, selain bisa melihat dari trending topik. Dalam hal ini Detik fokus dengan yang memang disukai oleh pembaca. Contohnya adalah mengangkat tentang hasil-hasil berita atau berita apapun dari tim-tim besar seperti Manchester United dan Liverpool.

“secara garis besar pembaca detiksport selalu menyukai berita-berita hasil pertandingan bola terutama yang melibatkan tim-tim besar dengan massa pendukung yang besar juga, terutama khususnya MU, Liverpool, itu berita apapun soal mereka biasanya itu sangat kemakan, itu di bola lah ya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Motogp dan bulutangkis juga memiliki pembaca yang banyak, dan Detik juga sedang mencoba untuk mengangkat berita tentang UFC dan MMA karena tren dari olahraga tersebut disebut sedang meningkat.

“Motogp juga pembaca kita sangat suka, terus bulutangkis juga banyak yang suka di detiksport, apalagi kalo ada bulutangkis-bulutangkis kita yang masuk final, itu pasti suka. Terus kita sedang coba UFC, MMA, itu juga pembacanya cukup lumayan, ada tren yang bisa kita manfaatkan disitu, kayaknya sekarang orang banyak yang suka baku hantam mungkin ya. Jadi kita coba dengan rubrik baru nanti.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selanjutnya, tantangan menurut Muqsith (2020) adalah bagaimana media bisa memanfaatkan big data untuk meningkatkan kemampuan pengumpulan data dan informasi yang mempermudah menemukan bahkan menganalisa hal yang menarik untuk disajikan. Dalam hal ini redaksi Detik memanfaatkan feeding dari tim Search Engine Optimization atau biasa disingkat SEO.

“SEO itu jadi pertimbangan juga sekarang, masuk ke ini nih yang lagi rame sebetulnya, lupa saya, kadang-kadang ada

pertimbangan-pertimbangan khusus dari SEO, karena sekarang, apa ya, semua orang hidup dalam algoritma kayaknya, apa yang orang cari di handphone akan trending, akan muncul di feeding kita bahwa dari tim SEO itu “wah topik ini sedang dicari””(Kris Fathoni Wibowo)

Menurut Pak Kris, SEO ini adalah faktor yang penting untuk saat ini karena SEO ini melihat apa yang pembaca sukai. Maka dari itu, jurnalis harus bisa mengimbangi apa yang ada di SEO, keinginan jurnalis olahraga dan kebutuhan pembaca.

“Ya tantangannya lebih besar sih sekarang kalo ini, kalo, apa yang mesti diberitakan. SEO tu factor yang sangat besar sekarang dan mungkin akan bertambah besar karena kecenderungannya sekarang kalo saya ini ya, kalo boleh saya berpendapat kebanyakan orang cuma akan membaca apa yang suka dia baca, kebanyakan orang Cuma akan mencari apa yang ingin dia cari, kita sebagai media mau tidak mau ya bagaimana menjembatani antara kebutuhan, ego, keinginan kita sebagai jurnalis olahraga, dengan menjembatani gimana caranya dengan kebutuhan pembaca dari semangat, ego, keinginan kita, perlu ada titik temu dengan kebutuhan user, apa yang dicari user.” (Kris Fathoni Wibowo)

Poin berikutnya dari tantangan jurnalis di era pandemi menurut Muqsith (2020) adalah Jurnalis harus punya ‘sense of criticism’. Tidak boleh begitu saja mempublikasikan data yang diberikan tanpa dikritisi dan analisa. Ditekankan oleh Pak Kris, Detik tidak begitu saja menelan mentah-mentah dengan informasi atau topik yang didapat.

“Kita coba, apa ya, kalo di lapangan, reporter misalkan dapet info ini, kita akan pastikan yang tadi tu, “ini gimana ceritanya kalo kita belum ngerti, ini kok begini, kemarin katanya begini, kok lain lagi topiknya kenapa sekarang berubah lagi”. Kalo ada yang sedikit meragukan selalu kita pertanyakan, di media lain juga ya kadang-kadang kita bingung juga bacanya, kita kritisi jadinya. Harus ini sih, harus orang yang me-maintain yah, artinya kalo tadi dalam sepakbola nasional, kebetulan ada redaktur bola nasional, dia yang akan memantau topik-topik terkait itu, jadi kalo ada sesuatu hal yang aneh dari lapangan ataupun di media lain itu langsung kita diskusikan dari redaktur itu ke wakil redpel atau ke redpel atau reporter “ini gimana kok bisa gini, kok beda?” misalkan” (Kris Fathoni Wibowo)

Dengan perkembangan teknologi saat ini membuat jurnalisme online semakin berkembang dengan pesat. Maka dari itu, model-model jurnalisme via internet dan teknologi seluler yang membawa kecanggihan teknologi ini juga membawa dampak bagi implementasi kerja jurnalisme mainstream (cetak, radio, dan televisi). Menurut Trianton (2016) jurnalistik online adalah proses penyampaian pesan atau informasi menggunakan jaringan internet (media online) sebagai medianya sehingga mempermudah akses informasi kepada khalayak.

Menurut Trianton (2016), jurnalistik online memiliki beberapa karakteristik yang khas dibanding media konvensional, yaitu bersifat real time, interaktif dan interkoneksi yang nirbatas (tanpa batas) dan menyediakan fitur multimedia. Dalam memberikan kecepatan informasi yang bersifat real time, Detik ketika melakukan liputan, langsung memberikannya ke penulis untuk bisa langsung dijadikan berita.

“misal kalo kita ada liputan, liga 1 mau mulai misal atau dari medsos ada berita yang lagi hangat, ya secepat mungkin kita harus jadikan itu menjadi berita supaya tetap hangat lah istilahnya, fresh from the oven.” (Kris Fathoni Wibowo)

Dalam memberikan tanggapan atau respon secara langsung, Detik memanfaatkan kolom-kolom komentar yang ada di website dan sosial media mereka : “agar ada feedback juga kita kan ada kolom komentar di website dan di medsos terutama itu kan rame tuh.” (Kris Fathoni Wibowo)

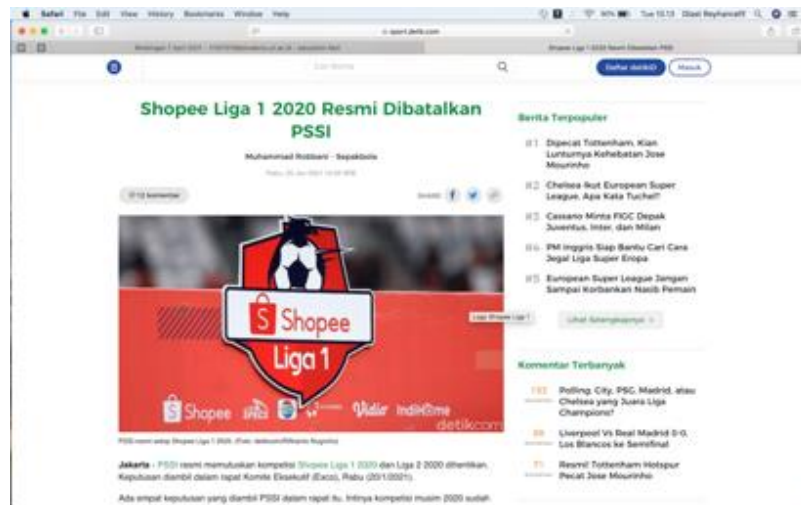
Dalam menyajikan fitur multimedia, di media online, format penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio dan visual. Di Detik sendiri terdapat tim medsos.

“Terus juga dari tim medsos biasanya juga, “oke nanti akan coba kita pantau, dalam sepekan ini kedepan tema-tema yang sekiranya berkaitan dengan yang dimainkan, coba kita cari cantelan-cantelan di medsos.” (Kris Fathoni Wibowo)

Dalam memberitakan pemberhentian liga sepakbola nasional di masa pandemi, Detik tentu saja membuatnya sebagai sebuah berita dan di publish di hari yang bersamaan di hari PSSI mengeluarkan keputusan.

Gambar 3.12 berita mengenai dibatalkannya Liga 1 2020 di website Detik.com

(Sumber: <https://sport.detik.com/sepakbola/liga-indonesia/d-5341719/shopee-liga-1-2020-resmi-dibatalkan-pssi> , diakses 20 April 2021)



Di berita tersebut terdapat video, namun video tersebut tidak kontekstual dengan berita yang ditulis. Video yang ada malah highlights dari pertandingan liga Inggris musim 2019/2020 yang dimainkan oleh Chelsea. Di video tersebut terdapat tulisan rubrik ‘football moments’. Letaknya ada di sebelah kanan tengah diatas ‘Foto’.

Gambar 3.13 adanya video namun tidak kontekstual dengan isi berita

(Sumber: <https://sport.detik.com/sepakbola/liga-indonesia/d-5341719/shopee-liga-1-2020-resmi-dibatalkan-pssi> , diakses 20 April 2021)

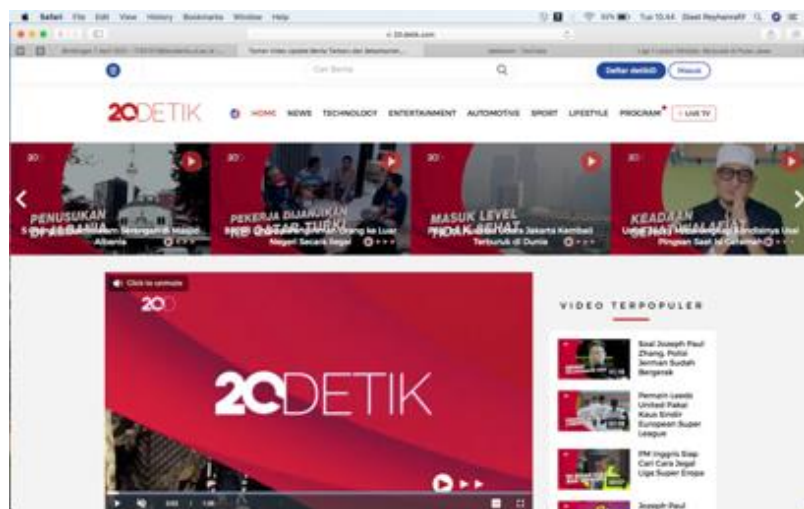


Sementara itu untuk pemberitaan dalam bentuk video, detik memiliki kanal 20detik. Di mana 20detik ini sudah ada sejak 2007 dengan nama DetikTv.

“detikTV dulu namanya, 2007, 2008. Detik TV yang kemudian menjelma jadi 20detik. Jaman itu orang belum lazim orang terus-terusan menggenggam gadget di tangannya, tapi kita sudah punya produk itu. Ya walaupun pada perjalanannya ada kendala ini itu dan memang ini sekarang ni lagi booming banget video di tangan, kita juga coba, apa namanya, membangkitkan Kembali, sudah sangat luar biasa ini temen-temen 20detik.” (Kris Fathoni Wibowo)

Gambar 3.14 tampilan kanal 20detik di webstite detik.com

(Sumber: <https://20.detik.com> , diakses 20 April 2021)



20detik didalamnya terdapat lagi sub-kanal di mana salah satunya adalah sport.

Gambar 3.15 video yang berkaitan dengan sepakbola nasional di kanal 20detik

(Sumber: <https://20.detik.com/sport-buzz/20210107-210107029/persipura-bubar-gegara-masalah-finansial> , diakses 20 April 2021)



Sementara itu, di akun official youtube detikcom, video tentang sepakbola yang diunggah mayoritas juga mengambil dari 20detik.

Gambar 3.16 video di youtube detikcom menampilkan video ‘20detik’ mengenai berita Liga 1

(Sumber:

<https://www.youtube.com/watch?v=RVwncm868Ec> , diakses 20

April 2021)



Sedangkan di Instagram sendiri, detik lebih sering menampilkan hasil pertandingan dan jadwal pertandingan. Di detik, masing-masing kanal memiliki instagramnya masing-masing di mana kanal sport memiliki akun Instagram @detiksport

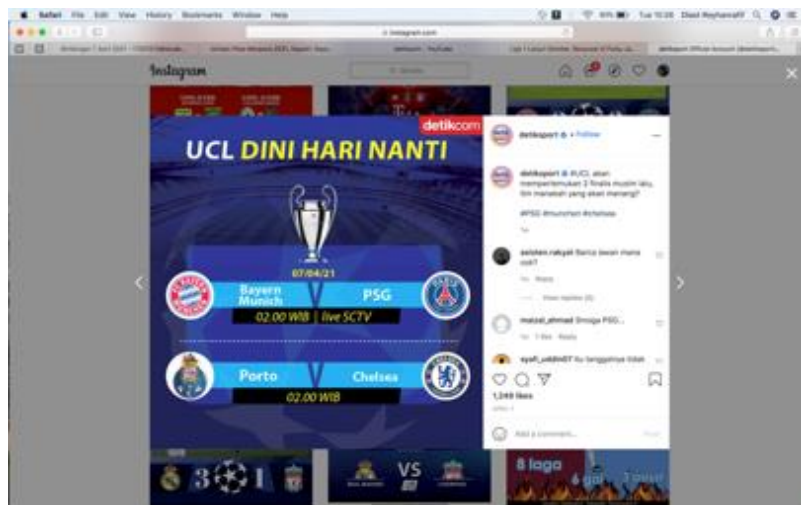
Gambar 3.17 mengenai salah satu postingan hasil pertandingan di akun Instagram detiksport

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CNXcuLHAPyx/> ,
diakses 20 April 2021)



Gambar 3.18 postingan jadwal pertandingan di akun
Instagram detiksport

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CNW-ZMhAzj9/> ,
diakses 20 April 2021)



Instagram Detik juga menampilkan infografis-infografis yang informatif.

Gambar 3.19 postingan infografis di akun Instagram
detiksport

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CN1jysIge41/> , diakses
20 April 2021)



4) Pengawasan

Bentuk pengawasan di Detik.com pun juga menggunakan CMS. Namun di situasi pandemi ini agak sulit dilakukan karena Sebagian besar digeser ke online.

“bentuknya pemberitaan di kita ya, saat masuk ke CMS itu biasanya tetep akan di saring oleh redaktur, kemudian lewat, kemudian lewat saya. Itu yang terjadi saat ini, karena kita lebih banyak beraktivitas secara online, jadi agak sulit.” (Kris Fathoni Wibowo)

Berbeda dengan sebelum pandemi dahulu, pengawasan biasa dilakukan secara fisik di kantor: “Kalo dulu ada pemantauan dan pengawasan aktivitas kerja secara fisik di kantor.” (Kris Fathoni Wibowo)

Selain menggunakan CMS dan lewat redaktur pelaksana, pengawasan juga biasa dilakukan oleh para karyawan ke karyawan yang lain.

“selain saya sebenarnya temen-temen lain bahkan udah saling ngingetin. Itu sih, sama temen-temen sendiri, satu, pada akhirnya ke wakil habis itu saya. Itu beruntungnya saya adalah ya itu sih, temen-temen juga sudah pada paham bagaimana harus beraktivitas, bagaimana harus memproduksi. Jadi intinya, temen-temen yang lain ikut membantu mengawasi dan mengingatkan, sebelum kemudian bila mana diperlukan saya yang akan melakukan itu, hingga ke teguran bahkan misalkan, bukan hanya mengawasi tapi bahkan teguran.” (Kris Fathoni Wibowo)

Jika seseorang di redaksional sudah keterlalu, disitu Pak Kris sebagai redaktur pelaksana bisa saja memberikan teguran.

“cuman mungkin kalo udah teguran, tegurannya kadang-kadang adalah ketika berlanjut ke bercanda-bercandaan yang kelewat parah, nah itu baru saya masuk misalkan atau emang anak ini udah kelewat parah, di mata teman-temennya udah engga oke banget nih, itu saya harus menegur, walaupun belum ya, jangan sampe sih, jangan sampe juga.” (Kris Fathoni Wibowo)

Bentuk evaluasi yang dilakukan redaksi detiksports lebih memfokuskan kepada trend pembaca.

“bagaimana tren pembaca saat ini, bagaimana tren pembaca situs-situs olahraga saat ini, bagaimana juga bentuk akomodir tren-tren itu tadi. Kira-kira gitu sih.” (Kris Fathoni Wibowo)

Untuk mengukur apakah evaluasi atau pengawasan tersebut meningkat di bulan-bulan setelahnya, Pak Kris tidak bisa menyebutkan satu per satu karena parameternya banyak.

“nah ini agak sulit, karena parameternya banyak sih sebenarnya, apakah berdampak pada peningkatan, bisa parameter peningkatan jumlah berita dengan topik terkait atau parameternya mungkin kalo di kita traffic. sulit untuk menyebut apakah ada dampak nyata karena sedemikian luas kan dampaknya.” (Kris Fathoni Wibowo)

Salah satu parameter yang dapat dijelaskan kemudian adalah dampak dari penulisan. Namun ini lebih cenderung ke dampak personal ketimbang dampak organisasi.

“Mungkin dampak dari penulisan, mungkin ada gaya penulisan misalkan jadi berubah. Cuman itu lebih terasa ke personal masing-masing sama yang memverifikasi berita itu, selebihnya kan secara tim ga akan terlalu terasa dampaknya, sangat luas sih sebenarnya kalo dibilang apakah berdampak, sangat luas berdampaknya seperti apa, parameternya seperti apa, parameter dampaknya banyak sekali.” (Kris Fathoni Wibowo)

Gambar 3.20 wawancara via google meet dengan Pak Kris Fathoni

(Sumber: Screenshoot dari hasil rekaman google meet)



Tabel 3.3 Rangkuman Temuan Penelitian Detik.com

	Masa Pandemi
Perencanaan	Tahap perencanaan di redaksi detik.com , mereka memulai perencanaan dengan rapat redaksi. Rapat redaksi dilakukan untuk brainstorming, menginformasikan, mengupdate apa saja yang sudah ada akan dilakukan. Namun dengan adanya pandemi ini, rapat dilakukan lebih informal. Rapat di pandemi ini lebih ke memanfaatkan platform chat whatsapp dan berlangsung lebih fleksibel. Rapat redaksi tersebut dibagi menjadi 2 rapat, yaitu rapat redaksi secara menyeluruh kanal dan rapat kanal masing-masing.
Pengorganisasian	Tahap pengorganisasian di masa pandemi ini, redaksi detik juga harus menyesuaikan dengan pembagian WFH dan WFO. Di masa pandemi ini koordinasi lebih fleksibel karena dilakukan melalui chat whatsapp. Untuk alur kerja sendiri tidak jauh berbeda antara situasi normal dan situasi pandemi, detik tetap berpedoman pada undang-undang siber untuk selalu mengkritisi informasi yang didapat.
Pelaksanaan	Tahap pelaksanaan di masa pandemi, redaksi detik lagi-lagi harus beradaptasi dengan situasi ini. Liputan dibatasi namun ditekankan untuk menaati protokol kesehatan jika ada liputan langsung. Selain itu juga, detik harus beradaptasi dengan liputan daring, dalam hal ini liputan yang melalui zoom atau sejenisnya. Redaksi detik juga lebih memanfaatkan media sosial untuk bisa mendapatkan informasi awal atau pantulan. Detik juga berusaha untuk selalu memberikan berita yang diinginkan pembaca, di mana apa saja yang disukai atau diinginkan pembaca itu bisa dilihat melalui SEO.
Pengawasan	Tahap pengawasan detik juga bergeser ke daring. Redaksi detik menggunakan CMS untuk melakukan pengawasan. Selain CMS, pengawasan antar karyawan juga dilakukan secara personal. Contohnya seperti saling mengingatkan, saling menyemangati dan bisa juga berupa teguran jika itu datang dari atasan.

Nilai berita olahraga	Berita olahraga di situasi pandemi ini, detik justru banyak membuat berita yang ringan-ringan, seperti pemberitaan mengenai kisah atau gosip diluar lapangan. Jenis olahraga yang sering diberitakan ada sepakbola, motogp, bulutangkis hingga UFC dan MMA. Dalam memberitakan berita tersebut, redaksi detik berusaha untuk membuat judul-judul yang menarik agar dapat menarik minat pembaca. Detik juga terkadang memberikan pemberitaan kritik untuk pelaku olahraga. Didalam kritik tersebut, redaksi detik tidak ingin asal kritik dan ingin menyampaikan kritik yang elegan
Praktik jurnalisme online di media	Dalam penerapan jurnalisme online, detik selalu berusaha untuk memberikan informasi secara real time. Secepat mungkin jika ada topik yang sedang hangat, detik mengupayakan untuk menjadikannya berita. Detik juga memanfaatkan kolom komentar yang ada di website dan medsos mereka. Lalu dalam menyajikan fitur multimedia, detik sebagai salah satu media online besar memiliki banyak platform, mulai dari website tentunya, instagram hingga youtube. Informasi didalamnya pun banyak, seperti ada kanal 20detik hingga postingan-postingan menarik di instagram mereka.

C. Manajemen Redaksional Okezone.com di Masa Pandemi

1) Perencanaan

Pandemi bukan alasan dalam memproduksi pemberitaan yang berkualitas, di mana manajemen redaksi adalah kekuatan dan daya tarik sebuah media. Di mata khalayak, daya tarik tersebut terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Di pandemi ini, Okezone menampilkan bagaimana dunia persepakbolaan di situasi sekarang ini. Khususnya Liga sepakbola nasional yang paling lama soal adanya kejelasan.

Menurut Coakley (dalam Prastya, 2014: 50), ada beberapa karakteristik dari liputan berita olahraga, seperti Memberikan berita dan informasi tentang olahraga, menawarkan rangkuman atau ringkasan dari gelaran atau match terdahulu, menyediakan data-data dan informasi yang akurat, mengangkat kisah-kisah di luar lapangan dan menyajikan kritik terhadap atlet dan olahraga. Dijelaskan melalui jawaban tertulis, Di Okezone sendiri, salah satu berita yang termasuk kedalam karakteristik menurut Coakley tersebut adalah Soccertainment, di mana itu meliputi kisah tentang pesepakbola atau atlet diluar lapangan. Selain itu juga MotoGP banyak dicari oleh pembaca.

“Untuk saat ini, berita Soccertainment yang meliputi kehidupan kisah cinta pesepakbola jadi yang paling dicari. Kisah

pesepakbola mualaf, update MotoGP juga banyak dicari pembaca.” (Ramdani Bur)

Selain soccertainment, di sepakbola sendiri terdapat berita tentang preview, review pertandingan, bursa transfer hingga soccertainment itu sendiri : “Mulai dari preview dan review pertandingan, bursa transfer, kisah nyeleneh di luar lapangan, Soccerpedia dan Soccertainment” (Ramdani Bur)

Okezone mengambil atau mengutip kisah tersebut dari website asing atau untuk atlet atau klub dalam negeri melakukan wawancara langsung.

“Ada. Untuk atlet luar negeri, kita bisa mengutip dari website asing yang pernah membahas kehidupan atlet atau kisah klub. Untuk atlet atau klub dalam negeri, kita melakukan wawancara langsung untuk mengangkat kisah mereka.” (Ramdani Bur)

Selain kisah diluar lapangan, karakteristik dari liputan berita olahraga lainnya adalah menawarkan rangkuman atau ringkasan dari gelaran atau match terdahulu. Di Okezone sendiri hasil pertandingan dibagi menjadi dua yaitu pertandingan internasional dan pertandingan nasional. Pertandingan internasional, Okezone mengambil hasil pertandingan dari menonton via tv atau streaming. Selain itu juga bisa melalui website asing atau twitter.

“Untuk pertandingan internasional, hasil pertandingan bisa kita saksikan via televisi atau streaming. Untuk ringkasan hasil laga, bisa didapatkan di website asing atau di akun Twitter statistik seperti Opta.” (Ramdani Bur)

Sedangkan pertandingan nasional, sama seperti internasional melalui televisi atau mengambil dari website. Namun jika pertandingan terjangkau untuk diliput langsung, Okezone akan meliput langsung.

“Untuk pertandingan sepakbola nasional tidak jauh berbeda ketimbang pertandingan internasional. Namun, jika pertandingan bisa kitajangkau semisal laga digelar di Gelora Bung Karno atau Jabodetabek, Reporter akan meliput langsung ke lokasi.” (Ramdani Bur)

Okezone juga menyediakan pemberitaan mengenai kritik kepada perorangan atau tim. Dalam menampilkan kritik tersebut, Okezone akan mengolah dari ucapan atau komentar seorang pandit dan didukung oleh data-data.

“Biasanya dari media kami sendiri. Ucapan si pandit akan kami produksi menjadi sebuah berita yang berisikan kritik. Kami mencari orang yang kompeten untuk melontarkan kritik kepada buruknya performa tim atau perorangan, biasanya seorang pengamat sepakbola atau pandit. Nantinya, komentar orang tersebut kami dukung dengan data-data yang sebelumnya kami telah observasi.” (Ramdani Bur)

Sedangkan menurut Haryati (dalam Prastya, 2019) terdapat beberapa standar berita olahraga. Salah satunya adalah lingkup berita di mana didalamnya adalah porsi pemberitaan. Di Masa Pandemi ini dan disaat Liga sepakbola nasional belum ada kejelasan kemarin (rentang Bulan April 2020 – Januari 2021), porsi pemberitaan olahraga di Okezone didominasi oleh pemberitaan sepakbola internasional.

“Berita sepakbola internasional masih menjadi prioritas karena di Bola Okezone, pembaca lebih banyak mencari artikel-artikel seputar Soccertainment ataupun klub-klub top Eropa seperti Manchester United, Liverpool, Juventus, Real Madrid dan Barcelona.” (Ramdani Bur)

Sedangkan untuk sepakbola nasional porsinya saat itu hanya 10-15 persen dari total berita yang diproduksi.

“Berhubung sepakbola nasional sedang mati suri, komposisi pemberitaan sepakbola nasional tak terlalu besar, yang mana hanya dikisaran 10-15 persen dari total berita yang kita buat per harinya (setiap harinya ada 90 artikel bola yang diproduksi).” (Ramdani Bur)

Standar berita olahraga selanjutnya adalah jenis olahraga. Jenis olahraga yang sering dijadikan pemberitaan di Okezone adalah sepakbola. Sepakbola masih menjadi favorit bagi pembaca dibanding olahraga lain

“Sepakbola. Seperti yang diketahui, sepakbola menjadi olahraga yang paling favorit di dunia. Olahraga ini lebih sering digunakan menjadi pemberitaan karena pembacanya jauh lebih banyak ketimbang cabang olahraga lain seperti Bulu Tangkis, MotoGP, F1 dan lain-lain.” (Ramdani Bur)

Untuk tujuan berita sendiri, Okezone ingin memberikan informasi yang akurat dan menarik : “Memberikan informasi yang akurat, cepat dan menarik kepada pembaca.” (Ramdani Bur)

Di sepakbola nasional sendiri, tidak bisa lepas dari yang namanya supporter. Dalam Prastya (2014) sendiri dijelaskan bahwa masyarakat haus akan berita atau informasi tentang tim-tim lokal di daerah mereka. Di Okezone sendiri, dalam memberitakan tim-tim local lebih fokus ke tim-tim yang memiliki basis supporter yang banyak seperti Persib, Arema, Persija hingga Persebaya. Tapi untuk hasil pertandingan, seluruh hasil dari kontestan liga tetap dibuat

“Kami fokus ke tim-tim yang memiliki basis suporter besar seperti Persib Bandung, Arema FC, Persija Jakarta dan Persebaya Surabaya. Sebab, kami sebagai media online fokus mengejar traffic, sehingga cukup selektif perihal pemberitaan. Namun, untuk hasil pertandingan, seluruh hasil pertandingan kontestan Liga Indonesia tetap kami buat.” (Ramdani Bur)

Untuk trend pemberitaan tentang sepakbola nasional di Okezone sendiri, di situasi pandemi ini trennya agak menurun : “Tren pemberitaan agak menurun di masa pandemi ini.” (Ramdani Bur)

Pemberitaan-pemberitaan di saat belum ada kejelasan liga salah satunya adalah tentang harapan para pelaku sepakbola dan kehidupan para pelaku sepakbola di masa pandemi ini: “Harapan si pesepakbola dan pelatih terkait kelanjutan kompetisi, serta kehidupan pesepakbola di masa pandemi.” (Ramdani Bur)

Saat kejelasan liga diputuskan pada sekitar pertengahan januari, isu itu tidak menjadi berita utama dan trend pemberitannya pun tidak terlalu besar karena sejak awal sudah dapat diprediksi bahwa kompetisi tidak bisa dilanjutkan karena masalah perizinan.

“Tidak menjadi berita utama, berita utama di Kanal Bola Okezone tetap berita sepakbola Internasional. Tren pemberitaannya pun tidak terlalu besar. Sebab, sejak awal mayoritas pembaca sudah mengetahui bahwa kompetisi tak bisa

dilanjutkan karena tidak mendapatkan izin dari kepolisian.”
(Ramdani Bur)

Dalam memproduksi berita-berita tersebut, diperlukan tahapan manajemen redaksional di mana tahapan tersebut biasa disingkat POAC. POAC dikemukakan oleh George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (dalam Sukarna, 2011), yang merupakan fungsi dari sebuah manajemen yaitu Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling. Tahap pertama yaitu perencanaan, di mana menurut Nickels dan McHugh (dalam Sule dkk, 2005) kegiatan yang terkait dengan fungsi perencanaan adalah menetapkan bagaimana cara merencanakan terhadap suatu berita yang meliputi rapat redaksi, menetapkan tujuan dan target, merumuskan strategi untuk mencapai suatu tujuan, menentukan sumber-sumber daya yang diperlukan dan menetapkan standar / indikator keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target.

Dalam mengimplementasikan tahap perencanaan di situasi pandemi, redaksi Okezone mengawalinya dengan mencari tahu isu apa yang sedang digandrungi masyarakat. Data tersebut didapatkan dari analis, SEO dan medsos.

“Diawali dari isu apa yang paling menarik digandrungi masyarakat. Biasanya kami mendapatkan data dari tim analis, SEO atau Medsos. Dari data yang mereka dapatkan, kami melakukan observasi lebih jauh hingga akhirnya tercipta artikel, video dan foto yang dibutuhkan masyarakat.” (Ramdani Bur)

Rapat redaksi pun dilakukan untuk saling tukar pikiran agar mendapatkan angle-angle menarik seperti yang disebutkan tadi : “Rapat redaksi dibutuhkan untuk mendapatkan angle-angle berita yang menarik.” (Ramdani Bur)

Rapat redaksi biasanya dilakukan dua kali, yaitu rapat redaksi besar dan rapat redaksi per kanal di mana hampir semua bagian redaksi ikut dalam rapat tersebut. Rapat redaksi besar dipimpin oleh pemimpin redaksi dan rapat kanal dipimpin oleh redaktur pelaksana

“Rapat redaksi besar biasanya diikuti Pemred, Wapemred, Redpel dan Redaktur. Namun, untuk pemberitaan sepakbola lokal, kita biasanya hanya melakukan rapat internal di

kanal Bola Okezone, yang meliputi Redpel, Redaktur dan Asisten Redaktur. Rapat dipimpin oleh Pemimpin Redaksi (Rapat Besar) atau Redpel (Rapat kecil atau internal kanal bola).” (Ramdani Bur)

Rapat redaksi tersebut dilaksanakan setiap hari di waktu pagi dan sore hari. Dan dikarenakan pandemi, rapat redaksi saat ini dilakukan secara online melalui zoom.

“Rapat dilaksanakan setiap hari. Biasanya rapat dilaksanakan 2 kali. Pagi dan Sore Hari. Pagi untuk rapat redaksi besar dan sore untuk rapat internal. Untuk sekarang, rapat yang biasanya diadakan secara tatap muka, kini diadakan secara daring atau melalui aplikasi zoom.” (Ramdani Bur)

Untuk target pemberitaan sendiri, Okezone memiliki target untuk mencapai page view dan unique view untuk mendongkrak ranking Okezone di sejumlah alat hitung.

“Mencapai Page View dan Unique View setinggi mungkin demi mendongkrak ranking Okezone di sejumlah alat hitung seperti Google Analytics, Comscore, Alexa dan lain-lain.” (Ramdani Bur)

Lalu untuk strategi untuk mencapai target tersebut, Okezone berusaha untuk selalu memberikan inovasi kepada pembaca. Untuk saat ini, Okezone sedang sering-seringnya untuk memberitakan mengenai soccertainment.

“Terus memberikan inovasi kepada pembaca. Sekarang, Bola Okezone sedang getol menggencarkan berita soccertainment.” (Ramdani Bur)

Dengan target dan strategi tersebut, Okezone, khususnya Bola Okezone, memasang indikator keberhasilan ketika mereka berada di posisi teratas dalam hal Unique View dan Page View dibandingkan kanal Okezone yang lain.

“Dibilang berhasil jika Unique View dan Page View Kanal Bola Okezone berada di posisi teratas, mengalahkan kanal besar lain seperti News, Lifestyle dan Celebrity.” (Ramdani Bur)

2) Pengorganisasian

Setelah tahap perencanaan, selanjutnya masuk ke tahap pengorganisasian. Tahapan pengorganisasian menurut Juwairiyah (2008) merupakan tahapan selanjutnya setelah perencanaan. Pada tahapan ini memiliki tujuan untuk mengorganisir atau mengatur terkait pembagian tugas pekerjaan serta penempatan dari reporter untuk mengemban tugas tersebut. Tahap pengorganisasian dalam manajemen redaksional dimulai dari pimpinan redaksi yaitu bertugas merencanakan kegiatan dan strategi keredaksian secara umum dan mengarahkan jalannya proses redaksi, lalu dibantu oleh redaktur. Secara struktural, redaksi media umumnya terdiri atas pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, koordinator liputan dan reporter.

Struktur redaksional di Okezone terdiri dari pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, asisten redaktur dan reporter.

“Struktur organisasi di redaksi perusahaan kami dikomandoi Pemimpin Redaksi selaku penanggung jawab. Kemudian diikuti Wakil Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana, Redaktur, Asisten Redaktur dan Reporter.” (Ramdani Bur)

Secara rinci, masing-masing yang ada di struktur tersebut memiliki job description yang berbeda-beda. Dijelaskan secara rinci melalui jawaban tertulis, seperti inilah pembagian tugasnya:

- **Pemimpin Redaksi:** Posisi ini harus bertanggungjawabkan jalannya semua instrumen dalam satu kali masa liputan hingga edisi terbit/disiarkan. Bertanggungjawab terhadap keberhasilan dan kegagalan sebuah pemberitaan, baik dari sisi hukum atau lainnya. Ia harus menguasai semua teknis dan non-teknis pemberitaan, gaya, jenis dan metode bagaimana menjadikan sebuah berita/program layak jual atau layak terbit.
- **Wakil Pemimpin Redaksi:** Memiliki tugas yang tidak jauh berbeda dari Pemimpin Redaksi. Ketika Pemimpin Redaksi berhalangan, Wakil Pemimpin Redaksi yang akan turun tangan.
- **Redaktur Pelaksana:** Seorang redaktur pelaksana harus dapat berkomunikasi dengan baik dengan reporter di lapangan. Harus

dapat menjawab pertanyaan reporter atau membantu reporter jika sewaktu-waktu mereka menemui kendala teknis di lapangan

- **Redaktur:** Redaktur bertugas memberikan TOR/outline kepada reporter sesuai hasil rapat redaksi. Setiap editor harus memberikan panduan teknis lapangan ke reporter sebelum bertugas meliput suatu isu. Ini penting dilakukan, selain merupakan garis besar outline, seorang redaktur bertanggungjawab terhadap segala risiko yang bakal dialami reporter yang meliput isu yang diberikannya.
- **Asisten Redaktur:** Membantu kerja redaktur, entah dalam proses pembuatan TOR, maupun penyuntingan artikel.
- **Reporter:** Bertugas melakukan liputan sesuai hasil rapat redaksi (inline). Pelaksanaan liputan mengacu pada peran redaktur, yakni berupa penugasan (term of reference, TOR/outline), pengusulan tunggal, dan isu hangat. Reporter dituntut tak hanya membuat artikel, namun juga mengambil foto dan video. (Ramdani Bur)

Di situasi pandemi ini tahap pengorganisasian di redaksi Okezone juga mengalami penyesuaian. Menurut Indah (dalam Soraya dkk 2020) jajaran redaksi seperti pimpinan redaksi, wakil pimpinan redaksi, redaktur, editor dan layouter serta sosial media spesialis untuk media online yang biasanya work from office berubah menjadi work from home. Di Okezone sendiri, WFO dan WFH diberlakukan dan komposisinya sempat berubah-ubah.

“Komposisi WFO dan WFH sempat berubah-ubah. Di awal masa pandemi, komposisinya WFO-WFH 50:50. Kemudian, WFO 25:WFH75. Sekarang, komposisinya adalah WFO-WFH 50:50.” (Ramdani Bur)

Bagi yang WFO di kantor pun, terdapat normal yang baru yang harus diterapkan. Seperti mencuci tangan, menjaga jarak dan memakai masker. Jika ada yang diharuskan bepergian pun harus melakukan Swab Antigen.

“Wajib mencuci tangan ketika hendak memasuki gedung. Ketika masuk gedung pun, suhu tubuh karyawan dicek, dan tidak boleh melebihi 37.5 derajat. Tempat duduk antarkaryawan pun diberi jarak sekira 1,5 meter demi mematuhi aturan jaga jarak.

Bagi karyawan yang baru bepergian dari luar kota entah untuk urusan pekerjaan maupun pribadi, wajib menyertakan hasil Swab Antigen.” (Ramdani Bur)

Dalam memberitakan suatu berita, Okezone memiliki pola/alur kerja yang cukup simple. Dimulai dari rapat redaksi, lalu menentukan apa angle-angle yang menarik, lalu eksekusi. Setelah sudah, tulisan atau artikel yang diproduksi akan dicek oleh redaktur dan asisten redaktur sebelum akhirnya tayang.

“Redaktur Pelaksana, Redaktur dan Asisten Redaktur memformulasikan hasil rapat redaksi. Setelah itu, angle-angle menarik yang bisa dieksekusi diberikan kepada reporter. Nantinya, berita yang diproduksi reporter akan diverifikasi asisten redaktur dan redaktur, hingga akhirnya tayang di Media Online kami. Biasanya, Asisten Redaktur dan Redaktur yang meng-upload berita hingga akhirnya tayang di Media Online kami.” (Ramdani Bur)

Atau secara singkatnya seperti ini:

“Rapat Redaksi – Pengumpulan Bahan Berita – Pengetikan dan Penulisan Berita – Penyuntingan atau Pengeditan Naskah Berita – Ketika sudah siap, artikel di-upload menggunakan alat bernama Content Management System (CMS).” (Ramdani Bur)

Untuk di situasi pandemi sendiri, alur kerja tetap sama. Yang membedakan hanya ada yang WFH dan WFO saja : “Tetap berjalan normal. Cuma yang membedakan, ada yang WFH dan WFO.” (Ramdani Bur)

Dalam mengelola sumber daya yang ada, Okezone menekankan pentingnya unsur pengawasan agar masing-masing dapat bekerja sesuai dengan jobdesknya : “Unsur pengawasan menjadi penting. Semua orang mesti bekerja sesuai job desk-nya masing-masing.” (Ramdani Bur)

Untuk hambatan di tahap pengorganisasian sendiri, terkadang redaksi Okezone terbentur dengan aturan dewan redaksi.

“Terkadang kami sulit berinovasi, karena terbentur dengan aturan yang ditetapkan Dewan Redaksi. Semisal, berita Soccertainment perihal urusan ranjang pesepakbola tak bisa kami

kembangkan, karena terbentur aturan dari Dewan Redaksi.”
(Ramdani Bur)

3) Pelaksanaan

Setelah tahap pengorganisasian, dilakukanlah tahap actuating atau pergerakan atau pelaksanaan. Menurut Trianton (2016), pergerakan atau pelaksanaan di bidang redaksi dilaksanakan dengan menggerakkan wartawan dengan segala fasilitas penunjang agar bekerja menghasilkan produk jurnalistik. Fungsi manajemen Pelaksanaan adalah fungsi yang paling penting karena berhubungan dengan sumber daya manusia. Di Okezone, proses pengarahan untuk anggota tim secara keseluruhan diserahkan kepada redaktur pelaksana masing-masing kanal.

“Masing-masing kanal memiliki Redaktur Pelaksana. Tiap Redaktur Pelaksana pun memiliki wewenang penuh untuk mengkoordinasi bawahannya seperti Redaktur, Asisten Redaktur dan Reporter.” (Ramdani Bur)

Pandemi Covid-19 membuat seluruh aspek di dunia dipaksa untuk beradaptasi, termasuk juga dunia jurnalistik. Menurut Indah (2020 dalam Soraya dkk) Pandemi Covid- 19 ini merubah pola liputan dalam dunia jurnalistik. Jika dalam kondisi normal kegiatan jurnalistik biasa dilakukan dengan turun ke lapangan, mencari data melalui observasi maupun wawancara secara langsung, dikala pandemi Covid-19 kegiatan jurnalistik seperti wartawan tak lagi bebas untuk bisa turun ke lapangan untuk mencari data. Redaksi Okezone pun merasakan dampaknya, jika pun ada liputan langsung, reporter harus menerapkan protokol Kesehatan bahkan hingga harus melakukan SWAB

“Ada juga beberapa acara digelar tatap muka, salah satunya pelantikan Karate. Ketika reporter sampai ke lokasi, lebih dulu dilakukan SWAB Antigen. Jika hasilnya negatif, diizinkan mengikuti jalannya acara. Jika positif, akan dilakukan Tes SWAB PCR.” (Ramdani Bur)

Liputan langsung menjadi jarang karena mayoritas liputan di masa pandemi ini bergeser menjadi daring.

“Di masa pandemi seperti ini, pemberitaan olahraga lebih banyak dilakukan secara daring. Jadi, reporter lebih mudah untuk

dikontrol karena bekerja stand by di kantor atau di rumah. Sebab, penyelenggara acara lebih sering menggelar webinar ketimbang mengadakan tatap muka langsung.” (Ramdani Bur)

Di pandemi ini liputan banyak dipindah ke platform video conference seperti zoom atau google meet. Menurut Syas (2020 dalam Soraya dkk) Jika biasanya bisa bebas turun ke lapangan, kali ini para wartawan memanfaatkan telepon atau menggunakan video conference seperti zoom cloud meeting, google meet dan skype. Seperti contoh adalah ketika ada agenda Kemenpora, jurnalis media online diundang untuk meliput melalui zoom.

“Peliputan di masa pandemi lebih banyak dialihkan ke zoom. Ambil contoh agenda seminar atau konferensi pers yang kerap dibuat Kemenpora. Di luar media televisi, Kemenpora menyarankan jurnalis media online, cetak dan lain-lain untuk memantau konferensi pers atau seminar via zoom.” (Ramdani Bur)

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Musqith (2020) bahwa terdapat tantangan baru bagi para jurnalis dalam menghadapi situasi pandemic ini. Terdapat enam tantangan yang dijelaskan, termasuk bagaimana media dan jurnalis itu sendiri harus membiasakan diri dengan teknologi media baru dan ruang lingkup interaksinya. Di mana sekarang para jurnalis dan media memanfaatkan platform zoom atau sejenisnya : “Sangat dibatasi. Acara lebih banyak dialihkan ke daring atau via zoom.” (Ramdani Bur)

Dalam mendapatkan berita di masa pandemi ini, jurnalis tidak hanya mengandalkan wawancara saja, melainkan juga bisa memanfaatkan sosial media. Hal ini senada dengan tantangan lainnya menurut Muqsith (2020) bahwa Jurnalis harus bisa memanfaatkan sosial media dalam mencari informasi awal. Bahkan bisa mengutip cuitan atau unggahan foto atau video dari narasumber di media sosial. Di Okezone sendiri, karena pandemi ini, reporter lebih sering mengutip berita dari website resmi klub dan tentunya media sosial. Kemudian setelah itu diverifikasi terlebih dahulu oleh asisten redaktur atau redaktur.

“Sekarang, reporter lebih banyak mengutip berita dari website resmi klub dan media sosial. Kemudian, artikel yang dibuat reporter akan diverifikasi Asisten Redaktur atau Redaktur untuk di-upload.” (Ramdani Bur)

Selain itu juga, Okezone memiliki tim media sosial sendiri, Bersama tim data analyst dan tim SEO. Di mana tim tersebut memiliki tugas untuk melihat isu apa yang sedang hangat di masyarakat.

“Kami juga membahas rekomendasi dari tim Data Analyst, Search Engine Optimization (SEO) dan Media Sosial (Medsos) terkait isu apa yang lagi hangat di masyarakat.” (Ramdani Bur)

Tantangan selanjutnya menurut Muqsith (2020) adalah Jurnalis dan media harus terbiasa melakukan riset kecil-kecilan untuk mengetahui kecenderungan masyarakat terkait isu-isu yang jadi fokus perhatian mereka. Selain bisa melihat dari trending topik. Dalam hal ini Okezone melakukan riset dan mendapatkan data dari tim analis, SEO dan medsos

“Biasanya kami mendapatkan data dari tim analis, SEO atau Medsos. Dari data yang mereka dapatkan, kami melakukan observasi lebih jauh hingga akhirnya tercipta artikel, video dan foto yang dibutuhkan masyarakat.” (Ramdani Bur)

Selanjutnya, tantangan menurut Muqsith (2020) adalah bagaimana media bisa memanfaatkan big data untuk meningkatkan kemampuan pengumpulan data dan informasi yang mempermudah menemukan bahkan menganalisa hal yang menarik untuk disajikan. Dalam hal ini redaksi Okezone memanfaatkan Google Trend : “Google Trend. Dari situ, keyword yang paling banyak dicari di Google terus kita kembangkan.” (Ramdani Bur)

Dalam tantangan selanjutnya, jurnalis harus punya ‘sense of criticism’. Tidak boleh begitu saja mempublikasikan data yang diberikan

tanpa dikritisi dan analisa. Jika mengambil sumber dari media sosial, informasinya harus dikonfirmasi terlebih dahulu kepada pihak yang terkait.

“Informasi dari broadcast WA atau Media Sosial juga bisa kami jadikan rujukan. Namun, untuk kasus informasi di atas, kami harus mengonfirmasinya lebih dulu kebenaran berita kepada pihak terkait.” (Ramdani Bur)

Dengan perkembangan teknologi saat ini membuat jurnalisme online semakin berkembang dengan pesat. Maka dari itu, model-model jurnalisme via internet dan teknologi seluler yang membawa kecanggihan teknologi ini juga membawa dampak bagi implementasi kerja jurnalisme mainstream (cetak, radio, dan televisi). Menurut Trianton (2016) jurnalistik online adalah proses penyampaian pesan atau informasi menggunakan jaringan internet (media online) sebagai medianya sehingga mempermudah akses informasi kepada khalayak.

Menurut Trianton (2016), jurnalistik online memiliki beberapa karakteristik yang khas dibanding media konvensional, yaitu bersifat real time, interaktif dan interkoneksi yang nirbatas (tanpa batas) dan menyediakan fitur multimedia. Dalam memberikan kecepatan informasi yang bersifat real time, Okezone langsung mengeksekusi sebuah berita ketika bahan berita sudah didapatkan oleh reporter. Setelah itu, berita tersebut diverifikasi terlebih dahulu oleh redaktur atau asisten redaktur untuk mengecek fakta dan agar lebih menarik untuk dibaca. Setelah itu, berita atau artikel langsung diunggah ke CMS untuk kemudian dipublikasikan

“Ketika bahan berita sudah didapatkan, reporter langsung mengeksekusi berita tersebut. Berita kemudian dikirim ke Asisten Redaktur untuk diverifikasi. Setelah itu, Redaktur juga memverifikasi berita tersebut untuk mengecek kebenaran fakta berita dan supaya lebih menarik untuk dibaca. Setelah dianggap aman, kemudian artikel tersebut diunggah di Media Online kami menggunakan alat bernama Content Management System (CMS).” (Ramdani Bur)

Berita tersebut layak dipublikasikan ketika mengandung unsur objektif, ringkas, hangat, informatif dan actual.

“Berita layak dipublikasikan jika mengandung unsur: Artikel atau berita harus lengkap dan berimbang. Berita harus objektif. Berita harus ringkas dan jelas. Berita harus hangat. Satu lagi, berita layak tayang jika memiliki nilai berita yang terdiri dari beberapa unsur seperti informatif dan aktual.” (Ramdani Bur)

Dalam memberikan tanggapan atau respon secara langsung, Okezone memanfaatkan kolom-kolom komentar yang ada di media sosial. Contohnya adalah ketika ada fan request atau feedback yang menjadi masukan soal pemberitaan apa yang akan Okezone buat.

“Berita yang kami produksi selalu diunggah di media sosial. Terkadang di situ, fans request soal pemberitaan apa yang harus kami buat. Terbaru, kami membuat artikel soal karier pesepakbola Eropa setelah memutuskan pensiun. Saat itu, netizen membuat feedback, yang mana mereka meminta kami untuk membahas karier pesepakbola nasional setelah memutuskan pensiun.” (Ramdani Bur)

Dalam menyajikan fitur multimedia, di media online, format penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio dan visual. Di redaksi Okezone sendiri terdapat tim medsos sendiri : “Masukan dari tim SEO, Medsos dan Data Analyst menjadi salah satu bahan pertimbangan kami dalam mengembangkan sebuah isu.” (Ramdani Bur)

Dalam memberitakan sepakbola nasional di situasi pandemi, Okezone tetap berusaha untuk selalu menyediakannya, terutama saat Liga 1 dan Liga 2 resmi dibatalkan oleh PSSI, walau trennya tidak terlalu besar.

“Tren pemberitaan tidak terlalu besar. Sebab, sejak awal mayoritas pembaca sudah mengetahui bahwa kompetisi tak bisa dilanjutkan karena tidak mendapatkan izin dari kepolisian.” (Ramdani Bur)

Gambar 3.21 berita tentang dibatalkannya Liga 1 dan Liga 2 di website Okezone

(Sumber:

<https://bola.okezone.com/read/2021/01/20/51/2347835/resmi-pssi-bubarkan-liga-1-2020> , diakses 21 April 2021)



Okezone juga memberitakan tentang kompetisi sepakbola nasional yang sedang digelar di situasi pandemi ini, yaitu Piala Menpora.

Gambar 3.22 berita mengenai jadwal Piala Menpora 2021

(Sumber:

<https://bola.okezone.com/read/2021/04/19/49/2397439/jadwal-persib-bandung-vs-persija-jakarta-di-final-piala-menpora-2021> , diakses 21

April 2021)



Sementara untuk pemberitaan dalam bentuk video, ada sub-kanal tersendiri di website Okezone mengenai pemberitaan video tersebut. Salah satu contoh adalah berita mengenai izin Polri mengenai uji coba timnas U23 yang akan datang. Isi berita video tersebut adalah konferensi pers dari pihak kepolisian mengenai izin tersebut.

Gambar 3.23 berita dalam bentuk video di website Okezone

(Sumber:

<https://bola.okezone.com/play/2021/03/05/7/129874/uji-coba-timnas-u-23-polisi-resmi-keluarkan-izin-keramaian> , diakses 21 April 2021)



Okezone juga memiliki akun official youtube yang bernama Okezone.com. Namun di youtube tersebut, isinya sama dengan apa yang ada di sub-kanal video di website Okezone. Terlihat dari video mengenai Izin uji coba Timnas U23 tadi, video tersebut juga di upload di youtube Okezone.com

Gambar 3.24 video di akun youtube Okezone yang sama dengan yang ada di website

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=jBLVRoMKBPU> , diakses 21 April 2021)



Sedangkan di Instagram sendiri, dikarenakan Okezone hanya memiliki satu Instagram yaitu @Okezonecom, semua pemberitaan pun

dijadikan satu di Instagram tersebut. Berita olahraga, sepakbola khususnya jarang untuk di post di Instagram mereka. @Okezonecom lebih sering memposting feeds berita-berita tentang infotainment atau berita yang berkaitan dengan pemerintahan. Namun setelah di scroll ke tanggal 20 Januari 2021, Instagram Okezone tetap memposting mengenai pemberitaan dibatalkannya Liga sepakbola nasional.

Gambar 3.25 postingan di Instagram @okezonecom tentang berita dibubarkannya Liga 1 dan Liga 2

(Sumber:

<https://www.instagram.com/p/CKRSwyaB3BL/?igshid=86p69d9pg21w> , diakses 21 April 2021)



Beberapa hari setelah itu Okezone juga memposting di Instagram mereka mengenai bubarnya Liga 1 dan Liga 2 ini. Namun kali ini mereka mengemasnya dalam bentuk infografis.

Gambar 3.26 postingan dalam bentuk infografis di Instagram @okezonecom

(Sumber:

<https://www.instagram.com/p/CKUI2n1BPo3/?igshid=1nw0gxby5yhif> , diakses 21 April 2021)



Diluar itu, Instagram Okezone jarang, setidaknya hingga bulan April 2021 ini, untuk memposting tentang Liga sepakbola nasional. Mereka lebih sering memposting berita-berita tentang kisah di luar lapangan. Salah contohnya adalah saat flashback Mohamed Salah ketika tetap menjalankan berbuka puasa saat bermain di final Liga Champions beberapa musim lalu.

Gambar 3.27 postingan tentang kisah sepakbola di luar lapangan di Instagram @okezonecom

(Sumber:

<https://www.instagram.com/p/CNrrcfaJtOL/?igshid=18crqe4slf4ac> , diakses 21 April 2021)



Berbeda dengan sepakbola, olahraga futsal malah sedikit lebih banyak porsi postingannya. Contohnya adalah ketika berjalan kompetisi

Liga Futsal Profesional. Walau bisa dibilang ini dikarenakan MNC TV, seperti yang kita tahu bahwa Okezone berada dibawah naungan MNC grup, menjadi official broadcaster di kompetisi tersebut. Mulai dari jadwal hingga hasil pertandingan, semua diposting oleh Instagram Okezone.

Gambar 3.28 postingan jadwal Liga Futsal Profesional di Instagram @okezonecom

(Sumber:

<https://www.instagram.com/p/CMmsXIVhlB2/?igshid=18hayzoupfk7l>

, diakses 21 April 2021)



4) Pengawasan

Pengawasan yang dilakukan redaksi Okezone untuk yang di lapangan diawasi melalui aplikasi chat whatsapp. Sedangkan untuk reporter olahraga internasional diawasi langsung karena berada di kantor.

“Memantau langsung kerja reporter yang ada di lapangan via WA. Namun, untuk reporter olahraga, reporter lebih banyak berada di kantor (memproduksi berita olahraga internasional), sehingga lebih mudah untuk dikontrol.” (Ramdani Bur)

Untuk pengawasan dalam produksi berita, nantinya berita akan diverifikasi terlebih dahulu oleh redaktur dan asisten redaktur. Jika aman, berita bisa langsung di upload dan jika isu yang dibuat sensitif, akan diekskalasi ke redaktur pelaksana, wakim pemimpin redaksi bahkan pemimpin redaksi.

“Nantinya, berita yang diproduksi Reporter akan diverifikasi Asisten Redaktur dan Redaktur. Jika isu yang dibuat reporter sensitif, akan dieskalasi ke Redpel, Wapempred bahkan Pemred.” (Ramdani Bur)

Pengawasan itu dilakukan ketika reporter terjun ke lapangan dan ketika memproduksi artikel di kantor : “Sedari Reporter mulai menjalani liputan di lapangan atau memproduksi artikel di kantor.” (Ramdani Bur)

Bentuk evaluasi dari Okezone sendiri fokus kepada Unique View dan Page View

“Bentuk evaluasi adalah seberapa besar Unique View (UV) dan Page View (PV) yang telah didapatkan redaksi Okezone selama satu minggu.” (Ramdani Bur)

Hal-hal yang menjadi bahan evaluasi adalah ketepatan dan kecepatan berita

“Ketepatan, kecepatan berita juga menjadi bahan evaluasi. Semakin akurat dan cepat berita yang diproduksi, otomatis meningkatkan branding perusahaan.” (Ramdani Bur)

Selanjutnya dijelaskan melalui jawaban tertulis, di situasi pandemi, bentuk pengawasan, bentuk evaluasi dan bahan-bahan yang di evaluasi pun tidak berubah sama sekali, tetap berjalan secara normal. Tidak ada alasan untuk menurunkan proses pengawasan di masa pandemi.

Dalam liputan di masa pandemi ini, Okezone didukung oleh pemimpin redaksi yang memiliki peran yang cukup vital. Pemimpin redaksi harus bisa menguasai kanal yang ada di Okezone.

“Memiliki peran yang sangat besar. Pemimpin Redaksi dituntut tak hanya menguasai atau memahami satu isu saja (misal kanal News), namun semua kanal mesti dikuasainya. Keistimewaan itu yang dimiliki Pemimpin Redaksi Okezone.” (Ramdani Bur)

Untuk salah satu hambatan, terkadang redaksi Okezone terbentur dengan aturan dewan redaksi.

“Terkadang kami sulit berinovasi, karena terbentur dengan aturan yang ditetapkan Dewan Redaksi. Semisal, berita Soccertainment perihal urusan ranjang pesepakbola tak bisa kami

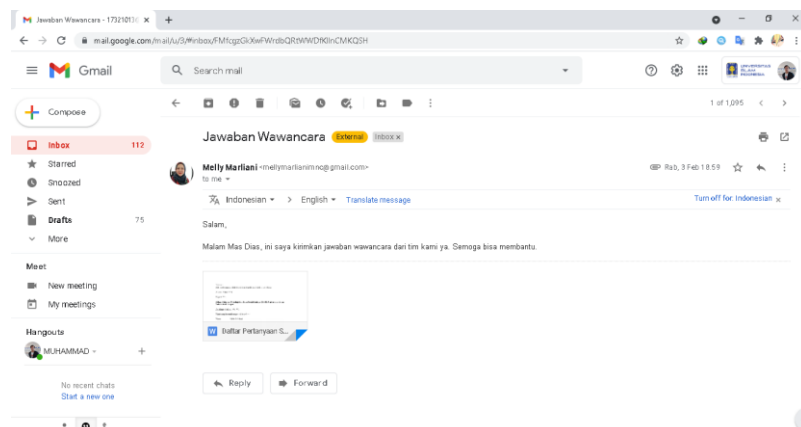
kembangkan, karena terbentur aturan dari Dewan Redaksi.”
(Ramdani Bur)

Lalu hambatan lainnya terjadi ketika diharuskan liputan di lapangan. Terkadang ketika sudah turun ke lapangan, terdapat kejadian-kejadian yang berubah mendadak dan berbeda dengan apa yang sudah direncanakan.

“Terkadang, perencanaan matang yang sudah disusun tiba-tiba berubah karena sebuah kejadian. Misal peliputan pemusatan latihan Timnas Indonesia U-19. Dalam perencanaan peliputan, kita siap mewawancarai pelatih dan pemain. Namun, tiba-tiba PSSI mengeluarkan pernyataan bahwa latihan digelar tertutup, serta pemain dan pelatih tak bisa diwawancarai.”
(Ramdani Bur)

Gambar 3.29 jawaban wawancara dari pihak Okezone

(Sumber: screenshot pribadi)



Tabel 3.4 Rangkuman Temuan Penelitian Okezone.com

	Masa Pandemi
Perencanaan	Dalam tahap perencanaan, redaksi okezone memulainya dengan mencari tahu isu apa yang sedang hangat di masyarakat. Okezone memanfaatkan data dari tim analis, tim SEO dan tim medsos mereka. Rapat redaksi pun dilakukan untuk mendapatkan angle-angle berita yang menarik. Rapat redaksi tersebut diadakan selama dua kali, yaitu rapat redaksi secara keseluruhan kanal dan rapat redaksi per kanal. Rapat itu dibagi menjadi dua waktu, yaitu pagi dan sore hari. Namun dikarenakan pandemi ini, rapat dilakukan secara online melalui zoom. Redaksi okezone memiliki target pemberitaan untuk bisa mencapai page view dan unique view yang tinggi. Hal itu dilakukan agar bisa mendongrak ranking okezone di alat hitung website. Lalu untuk strateginya, okezone berusaha untuk selalu memberikan inovasi kepada pembaca.
Pengorganisasian	Dalam redaksi okezone, struktur organisasinya dipimpin oleh pemimpin redaksi, lalu dibawah-bawahnya ada wakil pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, asisten redaktur dan reporter. Di situasi pandemi ini, redaksi okezone harus menghadapi beberapa penyesuaian. Salah satunya

	adalah pembagian komposisi WFH dan WFO, di mana untuk saat ini komposisinya adalah 50:50. Okezone memiliki alur kerja Redaktur Pelaksana, Redaktur dan Asisten Redaktur memformulasikan hasil rapat redaksi. Setelah itu, angle-angle menarik yang bisa dieksekusi diberikan kepada reporter. Nantinya, berita yang diproduksi reporter akan diverifikasi asisten redaktur dan redaktur, hingga akhirnya tayang di Media Online kami. Biasanya, Asisten Redaktur dan Redaktur yang meng-upload berita hingga akhirnya tayang. Di pandemi ini alur kerja nya tetap sama, hanya WFH dan WFO yang membedakan.
Pelaksanaan	Tahap pelaksanaan di Okezone diserahkan langsung kepada masing-masing kanal. Di mana di situasi pandemi, tahap pelaksanaan ini terdapat banyak penyesuaian. Mulai dari liputan langsung yang dibatasi, hingga digeser ke zoom. Jika pun liputan langsung, jurnalis okezone harus menerapkan protokol kesehatan termasuk SWAB PCR maupun antigen. Namun seringkali, jurnalis okezone saat ini lebih sering menghadiri atau meliput via daring atau zoom. Dalam mendapatkan sumber berita, Okezone saat ini juga memanfaatkan website resmi klub dan media sosial. Okezone juga memiliki tim sendiri yaitu tim data analis, tim SEO dan tim medsos untuk mendapatkan isu yang sedang hangat.
Pengawasan	Tahap pengawasan di okezone karena ada pembagian WFH dan WFO ini, dibagi menjadi dua. Yang WFH akan diawasi melalui whatsapp dan yang WFO diawasi langsung seperti biasa di kantor. Untuk pengawasan produksi berita, nantinya berita akan diverifikasi terlebih dahulu oleh redaktur dan asisten redaktur, baru kemudian di publish. Bentuk evaluasi nya sendiri adalah lebih ke seberapa besar unique view dan page view yang telah didapatkan.
Nilai berita olahraga	Di situasi pandemi ini, Okezone lebih sering memberitakan kehidupan pesepakbola diluar lapangan, atau di okezone diberi rubrik soccertainment. Okezone juga memberitakan mengenai hasil, review dan preview pertandingan liga-liga eropa. Okezone juga terdapat pemberitaan mengenai kritik terhadap sepakbola. Porsi pemberitaan sendiri, sepakbola internasional menjadi prioritas di Okezone karena menurut mereka, soccertainment ataupun berita tentang klub-klub besar eropa masih menjadi berita yang paling banyak dicari pembaca. Sepakbola secara keseluruhan masih menjadi jenis olahraga yang sering diberitakan ketimbang cabang olahraga lain. Untuk pemberitaan tim-tim lokal, Okezone lebih fokus kepada tim-tim yang memiliki basis suporter yang besar seperti Persib, Arema, Persija hingga Persebaya.
Praktik jurnalisme online di media	Dalam memberi berita yang real time, okezone langsung mengeksekusi sebuah berita ketika bahan sudah didapatkan dari reporter. Berita tersebut layak dipublikasikan ketika mengandung unsur objektif, ringkas, hangat, informatif dan actual. Dalam memberikan tanggapan atau respon secara langsung, Okezone memanfaatkan kolom-kolom komentar yang ada di media sosial. Contohnya adalah ketika ada fan request atau feedback yang menjadi masukan soal pemberitaan apa yang akan Okezone buat. Dalam menyajikan fitur multimedia, di media online, format penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio dan visual. Di redaksi Okezone sendiri terdapat tim medsos sendiri. Dalam menyajikan fitur multimedia, Okezone sebagai salah satu media online besar memiliki banyak platform, mulai dari website tentunya, instagram hingga youtube.

D. Manajemen Redaksional JawaPos.com di Masa Pandemi

1) Perencanaan

Sama halnya dengan ketiga media lainnya, redaksi JawaPos di pandemi ini tetap memproduksi pemberitaan yang berkualitas, di mana manajemen redaksi adalah kekuatan dan daya tarik sebuah media. Di mata khalayak, daya tarik tersebut terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Di pandemi ini, JawaPos menampilkan bagaimana dunia sepakbola di situasi sekarang ini. Khususnya Liga sepakbola nasional yang paling lama soal adanya kejelasan.

Menurut Coakley (dalam Prastya, 2014), terdapat beberapa karakteristik dari liputan berita olahraga, seperti memberikan berita dan informasi tentang olahraga, menawarkan rangkuman atau ringkasan dari gelaran atau match terdahulu, menyediakan data-data dan informasi yang akurat, mengangkat kisah-kisah di luar lapangan dan menyajikan kritik terhadap atlet dan olahraga. Dijelaskan melalui jawaban tertulis, dalam memberikan berita dan informasi tentang olahraga, JawaPos memberitakan berdasarkan isu yang sedang ramai dan berusaha berbeda dengan media yang lain: “Berdasar isu yang ramai. Mencari apa yang ada di dalamnya dan berbeda dengan media lain.” (Mohamad Nur Asikin)

Untuk apa yang sering diberitakan di situasi pandemi ini, di sepakbola, JawaPos memberikan berita tentang aktivitas klub, aktivitas pemain, bursa transfer hingga sisi unik pemain dan pemberitaan mengenai klub itu sendiri.

“Aktivitas klub, aktivitas pemain, bursa transfer, prediksi pertandingan, review pertandingan, sisi unik pemain dan klub.” (Mohamad Nur Asikin)

Dalam menyediakan informasi dan data yang akurat, JawaPos selalu mengecek dahulu kebenaran dari informasi yang didapat : “Langsung melakukan konfirmasi untuk sepakbola lokal, mengecek di sumber resmi untuk sepakbola internasional.” (Mohamad Nur Asikin)

Sedangkan menurut Haryati (dalam Prastya, 2019) terdapat beberapa standar berita olahraga. Salah satunya adalah lingkup berita di mana didalamnya adalah porsi pemberitaan. Dijelaskan melalui jawaban

tertulis, di Masa pandemi ini JawaPos tetap memprioritaskan untuk memberikan porsi yang lebih untuk sepakbola nasional : “kami memang memprioritaskan memberitakan sepakbola nasional.” (Mohamad Nur Asikin)

Standar berita olahraga selanjutnya adalah jenis olahraga. Jenis olahraga yang sering dijadikan pemberitaan di JawaPos adalah sepakbola. Sepakbola masih menjadi favorit bagi pembaca dibanding olahraga lain. Selain sepakbola ada bulutangkis, tinju dan UFC. Jenis olahraga tersebut sering diberitakan karena memang memiliki pembaca yang banyak: “Sepak bola tetap menjadi yang terbanyak. Lalu bulu tangkis, tinju, UFC. Karena pembaca lebih banyak.” (Mohamad Nur Asikin)

Untuk tujuan berita sendiri, yang terpenting adalah tetap bisa sesuai dengan kaidah jurnalistik, bisa dibaca oleh audiens dan bisa mengedukasi : “Sesuai kaidah jurnalistik, dapat dibaca audiens dan tentunya bisa mengedukasi. “ (Mohamad Nur Asikin)

Di sepakbola nasional sendiri, tidak bisa lepas dari yang namanya supporter. Dalam Prastya (2014) sendiri dijelaskan bahwa masyarakat haus akan berita atau informasi tentang tim-tim lokal di daerah mereka. Di JawaPos sendiri, dalam memberitakan tim-tim local lebih fokus ke tim-tim yang memiliki fans yang fanatik: “Mengangkat klub-klub dengan fans yang fanatik seperti Arema FC, Persija, Persebaya, Persib, PSM.” (Mohamad Nur Asikin)

Untuk trend pemberitaan tentang sepakbola nasional di JawaPos, saat Liga belum berjalan dan belum ada kepastian, tren pemberitaannya sedikit menurun : “Saat itu tren pemberitaan sedikit menurun.” (Mohamad Nur Asikin)

Pemberitaan-pemberitaan di saat belum ada kejelasan liga sepakbola nasional, JawaPos banyak mengangkat tentang aktivitas

pemain/pelatih di luar lapangan, bursa transfer dan Langkah-langkah PSSI

“Diperbanyak tema soal aktivitas pemain/pelatih di luar lapangan, tema bursa transfer karena banyak pemain yang ke luar negeri dan langkah-langkah PSSI dalam upaya menjalankan liga.” (Mohamad Nur Asikin)

Saat kejelasan liga diputuskan pada sekitar pertengahan januari, isu itu menjadi berita hangat dan berita yang ditunggu-tunggu saat itu. Namun JawaPos berharap masyarakat bisa menerimanya karena keputusan didasarkan pada kondisi yang ada.

“Iya menjadi berita utama, karena keputusan ini sudah ditunggu-tunggu oleh semua khalayak. Semoga masyarakat paham alasan ditunda. Agar penundaan ini bukan dipandang sebagai keputusan PSSI yang sepihak, melainkan didasarkan pada kondisi yang ada.” (Mohamad Nur Asikin)

Dalam memproduksi berita-berita tersebut, diperlukan tahapan manajemen redaksional di mana tahapan tersebut biasa disingkat POAC. POAC dikemukakan oleh George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (dalam Sukarna, 2011), yang merupakan fungsi dari sebuah manajemen yaitu Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling. Tahap pertama yaitu perencanaan, di mana menurut Nickels dan McHugh (dalam Sule dkk, 2005) kegiatan yang terkait dengan fungsi perencanaan adalah menetapkan bagaimana cara merencanakan terhadap suatu berita yang meliputi rapat redaksi, menetapkan tujuan dan target, merumuskan strategi untuk mencapai suatu tujuan, menentukan sumber-sumber daya yang diperlukan dan menetapkan standar / indikator keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target.

Dalam tahap perencanaan, JawaPos mengawali tahap ini dengan mendalami apa isu yang sedang terjadi. Seperti ditulis dalam jawaban tertulis : “Terlebih dahulu mendalami isu yang terjadi.” (Mohamad Nur Asikin)

Dalam mengimplementasikan tahap perencanaan di situasi pandemi, redaksi JawaPos tetap melakukan rapat redaksi walau rapat tersebut menjadi daring.

“Benar ada rapat redaksi atau paling tidak reporter konsultasi dengan redaktur/korlip. Rapat besar diadakan satu kali dalam seminggu. Untuk ide, setiap hari konsultasi via WA. Namun karena adanya pandemi, rapat redaksi diadakan secara virtual.” (Mohamad Nur Asikin)

Dijelaskan singkat melalui jawaban tertulis, dalam rapat tersebut, diikuti oleh Reporter, Redaktur, Korlip, Pimred.

Target dan strategi dari pemberitaan di JawaPos yaitu mengutamakan dan memperbanyak berita tentang sepakbola local : “Mengutamakan sepak bola lokal. Fanatisme masyarakat Indonesia terhadap sepak bola lokal sangat tinggi.” (Mohamad Nur Asikin)

2) Pengorganisasian

Setelah tahap perencanaan, selanjutnya masuk ke tahap pengorganisasian. Tahapan pengorganisasian menurut Juwairiyah (2008) merupakan tahapan selanjutnya setelah perencanaan. Pada tahapan ini memiliki tujuan untuk mengorganisir atau mengatur terkait pembagian tugas pekerjaan serta penempatan dari reporter untuk mengemban tugas tersebut. Tahap pengorganisasian dalam manajemen redaksional dimulai dari pimpinan redaksi yaitu bertugas merencanakan kegiatan dan strategi keredaksian secara umum dan mengarahkan jalannya proses redaksi, lalu dibantu oleh redaktur. Secara struktural, redaksi media umumnya terdiri atas pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, koordinator liputan dan reporter.

Di JawaPos dijelaskan melalui jawaban tertulis, struktur keredaksian di media JawaPos adalah pemimpin redaksi, koordinator liputan, redaktur dan reporter. Untuk kanal olahraga sendiri, di JawaPos terdapat tiga orang didalamnya. Tiga orang tersebut bertanggung jawab terhadap kanal olahraga, termasuk sepak bola. Dalam pembagian tugas di JawaPos, redaktur dan reporter memiliki jobdesc masing-masing.

“Reporter mengusulkan ide, kemudian Redaktur memberikan arahan dan pematangan ide, dan Redaktur memberikan penugasan ke Reporter.” (Mohamad Nur Sadikin)

Sedangkan untuk tugas pemimpin redaksi sendiri lebih ke memperluas jaringan, mengawasi konten dan membina jaringan: “Memperbanyak jaringan ke pihak lain, memperhatikan konten, membina link dengan pengiklan.” (Mohamad Nur Sadikin)

Dalam memberitakan suatu berita, JawaPos memiliki pola/alur kerja yang dibagi menjadi dua, yaitu sepakbola lokal dan sepakbola internasional.

“Untuk sepak bola lokal, reporter liputan langsung. Kemudian konsultasi ke redaktur sebelum membuat angle tersebut. Untuk sepak bola internasional, reporter membuat tulisan lewat pelbagai sumber dari luar (internet). Diusahakan media-media yang mainstream dan dari website resmi klub.”

Di situasi pandemi ini tahap pengorganisasian di redaksi Okezone juga mengalami penyesuaian. Menurut Indah (dalam Soraya dkk 2020) jajaran redaksi seperti pimpinan redaksi, wakil pimpinan redaksi, redaktur, editor dan layouter serta sosial media spesialis untuk media online yang biasanya work from office berubah menjadi work from home. Dijelaskan melalui jawaban tertulis bahwa tidak ada perbedaan yang cukup signifikan dari pengorganisasian JawaPos. Hal yang harus menyesuaikan adalah sistem shifting untuk WFO dan WFH dan rapat yang digelar secara virtual. Selebihnya tetap berjalan kurang lebih sama dengan situasi normal, termasuk alur kerja dan proses produksi.

3) Pelaksanaan

Setelah tahap pengorganisasian, dilakukanlah tahap actuating atau pergerakan atau pelaksanaan. Menurut Trianton (2016), pergerakan atau pelaksanaan di bidang redaksi dilaksanakan dengan menggerakkan wartawan dengan segala fasilitas penunjang agar bekerja menghasilkan produk jurnalistik. Fungsi manajemen Pelaksanaan adalah fungsi yang paling penting karena berhubungan dengan sumber daya manusia.

JawaPos.com melalui jawaban tertulis kepada peneliti menjelaskan bahwa tahap pelaksanaan pada tim redaksi JawaPos adalah

dengan cara saling support dan saling memberi dukungan. Peran pemimpin menurut narasumber JawaPos.com adalah mengarahkan anggota tim dan turut mematangkan ide yang diberikan oleh reporter.

Sedangkan untuk pengarahan pada peliputan produksi berita, reporter diberi penugasan untuk kemudian dapat di improve di lapangan.

“Memberikan penugasan ke reporter dan menentukan siapa-siapa yang harus dijadikan nara sumber. Kemudian, di lapangan diminta improve.” (Mohamad Nur Asikin)

Dan untuk menentukan siapa yang menjadi narasumber, JawaPos menekankan pada narasumber yang kredibel dan netral. Dan juga pengambilan data di narasumber itu harus liputan langsung dan untuk berita luar baru mengolah dari sumber lain.

“Narsum tersebut harus benar-benar kredibel dan bersikap netral. Sesuai kaidah jurnalistik, harus liputan langsung dan ini mutlak. Untuk berita luar, mengolah dari sumber-sumber luar terpercaya.” (Mohamad Nur Asikin)

Untuk proses produksi sendiri, tulisan yang dibuat nantinya harus berada di pihak yang netral.

“Tulisan reporter diedit redaktur, diperiksa korlip, diperiksa editor bahasa, dan dipublish redaktur. Tulisan harus coverbothside ketika melibatkan dua pihak atau lebih.” (Mohamad Nur Asikin)

Dalam pembuatan suatu berita, itu melibatkan narasumber, redaktur dan koordinator liputan.

“Pastinya ada narasumber atau pihak yang berkaitan dengan berita yang akan dibuat. Bisa wawancara langsung, by phone, atau email. Kemudian reporter konsultasi dengan redaktur dan korlip untuk prosesnya..” (Mohamad Nur Asikin)

Pandemi Covid-19 membuat seluruh aspek di dunia dipaksa untuk beradaptasi, termasuk juga dunia jurnalistik. Menurut Indah (2020 dalam Soraya dkk) Pandemi Covid- 19 ini merubah pola liputan dalam dunia jurnalistik. Jika dalam kondisi normal kegiatan jurnalistik biasa dilakukan dengan turun ke lapangan, mencari data melalui observasi maupun wawancara secara langsung, dikala pandemi Covid-19 kegiatan jurnalistik seperti wartawan tak lagi bebas untuk bisa turun ke lapangan

untuk mencari data. JawaPos di situasi pandemi ini, dijelaskan melalui jawaban tertulis, pengarahan atau pelaksanaan yang dilakukan tetap berjalan normal, hanya harus dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Di teknis peliputan pun yang paling terasa dampaknya adalah permasalahan pengambilan data kepada narasumber. Dengan adanya pandemi dan pembatasan saat ini, wawancara dengan narasumber sangat terbatas. Untuk saat ini, JawaPos mewawancarai narasumber dengan memanfaatkan platform zoom atau lewat telepon, agar tetap bisa mendapatkan informasi yang dalam.

Muqsith (2020) menjelaskan bahwa terdapat tantangan baru bagi para jurnalis dalam menghadapi situasi pandemic ini. Terdapat enam tantangan yang dijelaskan, termasuk bagaimana media dan jurnalis itu sendiri harus membiasakan diri dengan teknologi media baru dan ruang lingkup interaksinya. Di mana sekarang para jurnalis dan media memanfaatkan platform zoom atau sejenisnya : “Wawancara by phone diperbanyak, selain itu juga lewat zoom jika ada konferensi pers dari pihak-pihak tertentu.” (Mohamad Nur Asikin)

Dalam mendapatkan berita di pandemi ini, jurnalis tidak hanya mengandalkan wawancara saja, melainkan juga bisa memanfaatkan sosial media. Hal ini senada dengan tantangan lainnya menurut Muqsith (2020) yaitu Jurnalis harus memanfaatkan sosial media dalam mencari informasi awal. Bahkan bisa mengutip cuitan atau unggahan foto atau video dari narasumber di media sosial.

JawaPos sendiri terkadang juga memanfaatkan media sosial untuk mencari sumber : “Terkadang kita juga mengambil sumber awal dari media sosial.” (Mohamad Nur Asikin)

Tantangan selanjutnya menurut Muqsith (2020) adalah Jurnalis dan media harus terbiasa melakukan riset kecil-kecilan untuk mengetahui kecenderungan masyarakat terkait isu-isu yang jadi fokus perhatian mereka, selain bisa melihat dari trending topik. Dalam hal ini JawaPos fokus dengan yang memang disukai oleh pembaca. Contohnya adalah dengan memperbanyak berita mengenai sepakbola lokal :

“Mengutamakan sepak bola lokal. Fanatisme masyarakat Indonesia terhadap sepak bola lokal sangat tinggi.” (Mohamad Nur Asikin)

Poin berikutnya dari tantangan jurnalis di era pandemi menurut Muqsith (2020) adalah Jurnalis harus punya ‘sense of criticism’. Tidak boleh begitu saja mempublikasikan data yang diberikan tanpa dikritisi dan analisa. Di JawaPos sendiri tulisan harus benar-benar sesuai dengan kaidah jurnalistik, kemudian juga ada cover both side dan tidak mengandung unsur SARA

“Tulisan reporter sudah mengikuti kaidah jurnalistik yakni 5 W + 1 H. Kemudian, narasumber benar-benar diwawancara langsung atau by phone atau by email. Kemudian ada coverbothside ketika melibatkan dua pihak atau lebih. Berita tersebut tidak menyudutkan satu pihak saja tanpa ada hak jawab dan tak mengandung unsur SARA.” (Mohamad Nur Asikin)

Ditekankan lagi melalui jawaban tertulis, JawaPos berusaha untuk selalu menggali apa sebab dan dampak dari suatu peristiwa. JawaPos juga menghindari peristiwa-peristiwa yang dianggap menyerang suatu pihak.

“Peristiwanya kita beritakan sebagai awalan dalam berita. Kemudian, perlu digali apa sebab dari peristiwa itu dan dampaknya apa. Tentu saja, peristiwa-peristiwa yang menyerang satu pihak tanpa hak jawab, sebisa mungkin dihindari.” (Mohamad Nur Asikin)

Dengan perkembangan teknologi saat ini membuat jurnalisme online semakin berkembang dengan pesat. Maka dari itu, model-model jurnalisme via internet dan teknologi seluler yang membawa kecanggihan teknologi ini juga membawa dampak bagi implementasi kerja jurnalisme mainstream (cetak, radio, dan televisi). Menurut Trianton (2016) jurnalistik online adalah proses penyampaian pesan atau informasi menggunakan jaringan internet (media online) sebagai medianya sehingga mempermudah akses informasi kepada khalayak.

Menurut Trianton (2016), jurnalistik online memiliki beberapa karakteristik yang khas dibanding media konvensional, yaitu bersifat real time, interaktif dan interkoneksi yang nirbatas (tanpa batas) dan menyediakan fitur multimedia. Dalam memberikan kecepatan informasi yang bersifat real time, JawaPos berusaha untuk memberikan berita yang

sedang hangat: “Kita juga berusaha untuk memberikan berita yang sedang hangat dan baru di masyarakat.” (Mohamad Nur Asikin)

Berita tersebut layak dipublikasikan ketika sesuai dengan kaidah jurnalistik dan dapat mengedukasi audiens: “Sesuai kaidah jurnalistik, dapat dibaca audiens dan tentunya bisa mengedukasi.” (Mohamad Nur Asikin”

Dalam menyajikan fitur multimedia, di media online, format penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio dan visual. JawaPos sendiri memanfaatkan website mereka beserta media social seperti Instagram dan youtube.

Dalam memberitakan tentang kejelasan liga sepakbola nasional lalu, JawaPos terlihat selalu update dengan berita-berita yang berkaitan dengan kejelasan liga sepakbola nasional tersebut. Salah satu contoh adalah ketika beberapa hari sebelum resmi dibatalkan, pihak Liga 1 masih mencoba untuk melobi kepolisian agar liga bisa dijalankan. Hal ini menjadi salah satu berita di JawaPos.com.

Gambar 3.30 berita mengenai kejelasan liga sepakbola nasional

(Sumber: <https://www.jawapos.com/sepak-bola/sepak-bola-indonesia/15/01/2021/soal-kelanjutan-liga-pt-lib-berencana-temui-kapolri-baru/> , diakses 21 April 2021)



Selain pemberitaan mengenai kejelasan liga, di JawaPos terpantau banyak menampilkan pemberitaan mengenai bursa transfer

dan hal-hal di luar lapangan. Salah satunya adalah berita tentang bursa transfer pemain Arema FC

Gambar 3.31 berita mengenai bursa transfer di website JawaPos

(Sumber: <https://www.jawapos.com/sepak-bola/sepak-bola-indonesia/20/04/2021/setelah-didepak-arema-fc-stoper-dari-brasil-direkrut-persipura/> , diakses 21 April 2021)



JawaPos juga memiliki akun official youtube. Di youtube tersebut, video pemberitaannya cukup merata diantara kanal-kanal yang ada. Salah satu contoh video berita mengenai sepakbola nasional, terbaru adalah berita tentang Liga sepakbola dan Liga basket yang akan segera bergulir.

Gambar 3.32 video berita di official akun youtube JawaPos

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=7bR6V04KaNo> , diakses 21 April 2021)



Hampir sama dengan Okezone, JawaPos hanya memiliki satu Instagram yaitu @jawapos, semua pemberitaan pun dijadikan satu di Instagram tersebut. Berita olahraga, sepakbola khususnya jarang untuk di post di Instagram mereka. @jawapos lebih sering memposting feeds berita-berita Corona dan berita yang berkaitan dengan pemerintahan. Dalam memposting postingan mengenai sepakbola, @jawapos lebih sering memposting tentang berita-berita ringan diluar lapangan.

Gambar 3.33 postingan Instagram mengenai berita ringan diluar lapangan

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CLs3-ISIMDI/?igshid=1ulzevnymlr34> , diakses 21 April 2021)



Untuk sepakbola nasional sendiri, @jawapos tetap memposting berita-berita yang berkaitan dengan kompetisi sepakbola nasional.

Dalam hal ini beritanya memberitakan tentang tim yang berasal dari kota yang sama dengan di mana JawaPos berasal, yaitu Persebaya Surabaya.

Gambar 3.34 postingan di Instagram @jawapos mengenai berita sepakbola nasional, dalam hal ini Persebaya Surabaya

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CNXa9vMgW41/> , diakses 21 April 2021)



4) Pengawasan

Cara melakukan pengawasan terhadap aktivitas kerja dan produksi berita di JawaPos adalah dengan berkoordinasi langsung dengan reporter: “Menanyakan kepada reporter bagaimana proses liputannya.” (Mohamad Nur Asikin)

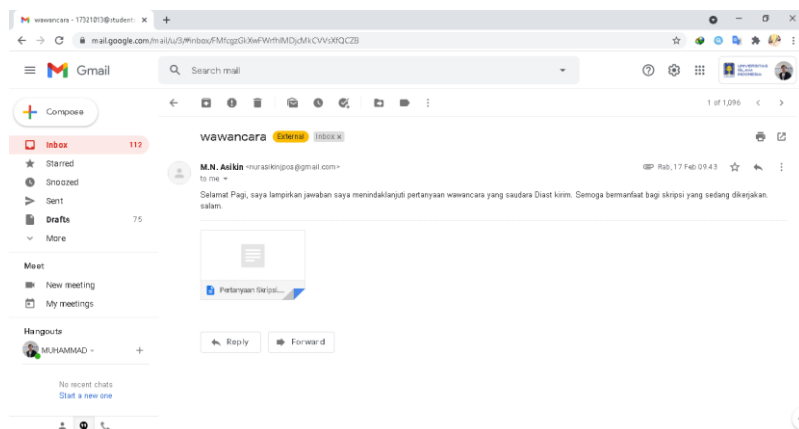
Sedangkan yang bertugas untuk melakukan pengawasan adalah redaktur: “Redaktur. Memberikan penugasan dan menanyakan prosesnya. Ketika ada kendala, memberikan solusi dan tak menutup kemungkinan membantu reporter secara langsung.” (Mohamad Nur Asikin)

Pengawasan tersebut dilakukan saat setiap reporter melakukan liputan: “Dilakukan ketika reporter melakukan peliputan. Agar reporter bisa dengan lancar dalam meliput.” (Mohamad Nur Asikin)

Untuk apa saja yang di evaluasi saat tahap pengawasan adalah: “Kuantitas berita, kualitas berita, dan berdara pageviews.” (Mohamad Nur Asikin)

Di situasi pandemi ini tentu saja banyak faktor penghambat yang menghambat jurnalis dalam liputan. Salah satunya adalah kesulitan dalam mendapatkan narasumber: “Terkadang ada narasumber yang susah diwawancara/ditemui apalagi sedang di situasi pandemi.” (Mohamad Nur Asikin)

Gambar 3.35 Jawaban Wawancara dari Pihak Jawapos
(Sumber: screenshoot pribadi)



Tabel 3.5 Rangkuman Temuan Penelitian JawaPos.com

	Masa Pandemi
Perencanaan	Dalam tahap perencanaan di masa pandemi, redaksi JawaPos mengawalinya dengan rapat redaksi yang berlangsung secara virtual. Di rapat redaksi tersebut terlebih dahulu mendalami isu yang terjadi. Rapat redaksi tersebut diadakan satu kali dalam seminggu, dan untuk ide, setiap hari dikonsultasikan via chat whatsapp. Rapat tersebut diikuti oleh reporter, redaktur, korlip dan pimred. Sedangkan untuk target dan strategi dari pemberitaan sepakbola di JawaPos yaitu mengutamakan dan memperbanyak berita tentang sepakbola local
Pengorganisasian	Di tahap pengorganisasian, redaksi JawaPos memiliki struktur yang terdiri dari pemimpin redaksi, koordinator liputan, redaktur dan reporter. Dalam pembagian tugas di JawaPos, redaktur dan reporter memiliki jobdesc masing-masing. Reporter mengusulkan ide, kemudian Redaktur memberikan arahan dan pematangan ide, dan Redaktur memberikan penugasan ke Reporter. Dalam memberitakan suatu berita, JawaPos memiliki pola/alur kerja yang dibagi menjadi dua, yaitu sepakbola lokal dan sepakbola internasional. Untuk sepak bola lokal, reporter liputan langsung. Kemudian konsultasi ke redaktur sebelum membuat angle tersebut. Untuk sepak bola internasional, reporter membuat tulisan lewat pelbagai sumber dari luar (internet). Diusahakan media-media yang mainstream dan dari website resmi klub. Di situasi pandemi ini system shifting (WFH dan WFO) juga dijalankan.
Pelaksanaan	Tahap pelaksanaan pada tim redaksi JawaPos adalah dengan cara saling support dan saling memberi dukungan. Peran pemimpin menurut narasumber JawaPos.com adalah mengarahkan anggota tim dan turut mematangkan ide yang diberikan oleh reporter. JawaPos di situasi pandemi ini, dijelaskan melalui jawaban tertulis, pengarahan atau pelaksanaan yang dilakukan tetap berjalan normal, hanya harus dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Di teknis peliputan pun yang paling terasa dampaknya adalah permasalahan pengambilan data kepada narasumber. Dengan adanya pandemi dan pembatasan saat ini, wawancara dengan narasumber sangat terbatas. Untuk saat ini, JawaPos mewawancarai narasumber dengan memanfaatkan platform zoom atau lewat telepon, agar tetap bisa mendapatkan informasi yang dalam. Redaksi JawaPos terkadang juga memanfaatkan media sosial untuk bisa mendapatkan informasi awal atau pantulan. JawaPos juga berusaha untuk selalu memberikan berita yang diinginkan pembaca.
Pengawasan	Cara melakukan pengawasan terhadap aktivitas kerja dan produksi berita di JawaPos adalah dengan berkoordinasi langsung dengan reporter. Sedangkan yang bertugas untuk melakukan pengawasan adalah redaktur. Pengawasan tersebut dilakukan saat setiap reporter melakukan liputan. Untuk apa saja yang di evaluasi saat tahap pengawasan adalah: <i>“Kuantitas berita, kualitas berita, dan berdara pageviews.</i> Di situasi pandemi ini tentu saja banyak faktor penghambat yang menghambat jurnalis dalam liputan. Salah satunya adalah kesulitan dalam mendapatkan narasumber.
Nilai berita olahraga	Yang sering diberitakan di situasi pandemi ini, di sepakbola, JawaPos memberikan berita tentang Aktivitas klub, aktivitas pemain, bursa transfer, prediksi pertandingan, review pertandingan, sisi unik pemain dan klub. Dalam menyediakan informasi dan data yang akurat, JawaPos selalu mengecek dahulu kebenaran dari informasi yang didapat. Di Masa pandemi ini JawaPos tetap memprioritaskan untuk memberikan porsi yang lebih untuk sepakbola nasional. Standar berita olahraga selanjutnya adalah jenis olahraga. Jenis olahraga yang sering dijadikan pemberitaan di JawaPos adalah sepakbola.

	Sepakbola masih menjadi favorit bagi pembaca dibanding olahraga lain. Selain sepakbola ada bulutangkis, tinju dan UFC. Untuk tujuan berita sendiri, yang terpenting adalah tetap bisa sesuai dengan kaidah jurnalistik, bisa dibaca oleh audiens dan bisa mengedukasi. Di JawaPos sendiri, dalam memberitakan tim-tim local lebih fokus ke tim-tim yang memiliki fans yang fanatic seperti Arema FC, Persija, Persebaya, Persib, PSM. Pemberitaan-pemberitaan di saat belum ada kejelasan liga sepakbola nasional, JawaPos banyak mengangkat tentang aktivitas pemain/pelatih di luar lapangan, bursa transfer dan Langkah-langkah PSSI
Praktik jurnalisme online di media	Dalam memberikan kecepatan informasi yang bersifat real time, JawaPos berusaha untuk memberikan berita yang sedang hangat dan baru di masyarakat. Dalam menyajikan fitur multimedia, di media online, format penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio dan visual. JawaPos sendiri memanfaatkan website mereka beserta media social seperti Instagram dan youtube.

E. Perbandingan Temuan Penelitian

Setelah menjelaskan temuan dari Bolasport.com, Detik.com, Okezone.com dan JawaPos.com, peneliti akan memaparkan perbandingan dari temuan-temuan yang sudah dideskripsikan.

1) Perencanaan

Dari keempat media yang diteliti, dalam hal perencanaan, dapat ditemukan beberapa persamaan dan perbedaan. Karena adanya pandemi Covid-19 saat ini, Bolasport, Detik, Okezone dan JawaPos sama-sama harus merubah rapat redaksi mereka menjadi daring. Rapat pun menjadi lebih fleksibel karena bisa dilakukan dimana saja dan menggunakan platform apa saja. Kebanyakan rapat redaksi dilakukan melalui zoom atau koordinasi melalui chat grup Whatsapp masing-masing media.

2) Pengorganisasian

Di masa pandemi Covid-19 saat ini, Bolasport, Detik, Okezone dan JawaPos memiliki persamaan dalam hal pengorganisasian yaitu keempat media tersebut menerapkan pembagian Work From Home (WFH) dan Work From Office (WFO). Selain persamaan, ada juga perbedaannya yaitu dalam proses alur kerja. Bolasport Alur kerja produksi dalam membuat suatu berita bisa langsung liputan ke lapangan (dengan protocol Kesehatan dan seizin atasan) atau juga mengambil dari website luar, khususnya untuk sepakbola internasional. Setelah turun ke lapangan atau kurasi dari website luar, berita dimasukkan ke basket untuk kemudian dikoreksi. Yang terlibat dalam tahap ini adalah semua

yang ada di redaksi. Mulai dari pemimpin redaksi hingga reporter, mereka semua punya tugas dan peran masing-masing. Sedangkan Detik, Untuk alur kerja sendiri tidak jauh berbeda antara situasi normal dan situasi pandemi, detik tetap berpedoman pada undang-undang siber untuk selalu mengkritisi informasi yang didapat. Selanjutnya Okezone, memiliki alur kerja Redaktur Pelaksana, Redaktur dan Asisten Redaktur memformulasikan hasil rapat redaksi. Setelah itu, angle-angle menarik yang bisa dieksekusi diberikan kepada reporter. Nantinya, berita yang diproduksi reporter akan diverifikasi asisten redaktur dan redaktur, hingga akhirnya tayang di Media Online kami. Biasanya, Asisten Redaktur dan Redaktur yang meng-upload berita hingga akhirnya tayang. Terakhir JawaPos, dibagi menjadi dua, yaitu sepakbola lokal dan sepakbola internasional. Untuk sepak bola lokal, reporter liputan langsung. Kemudian konsultasi ke redaktur sebelum membuat angle tersebut. Untuk sepak bola internasional, reporter membuat tulisan lewat pelbagai sumber dari luar (internet). Diusahakan media-media yang mainstream dan dari website resmi klub.

3) Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan, Bolasport, Detik, Okezone dan JawaPos juga harus beradaptasi dengan situasi pandemi ini. Empat media tersebut harus mengurangi mobilitas liputan langsung karena harus menaati aturan protokol kesehatan. Liputan pun banyak dipindah menggunakan platform video conference seperti zoom atau google meet atau juga via telfon. Jika pun terpaksa harus melakukan liputan langsung, jurnalis media-media tersebut harus menerapkan protokol kesehatan seperti memakai masker, membawa hand sanitizer hingga melakukan Swab PCR/antigen jika dibutuhkan. Untuk menambah sumber berita, Bolasport, Detik, Okezone dan JawaPos juga sama-sama menggunakan media sosial. Media sosial digunakan untuk bisa mendapatkan informasi awal atau pantulan.

4) Pengawasan

Tahap pengawasan di empat media yang diteliti, ada yang sama dan ada yang berbeda. Yang sama adalah Bolasport dan Detik dimana

mereka memanfaatkan system Content Management System atau biasa disebut CMS. Di CMS tersebut bisa diketahui untuk kemudian diawasi tentang target masing-masing karyawan, salah satunya target tulisan. Namun di Bolasport, untuk evaluasi tulisan atau naskah dilakukan oleh editor ataupun reporter itu sendiri. Sedangkan untuk evaluasi kinerja, dilakukan selama enam bulan sekali. Di evaluasi tersebut terdapat evaluasi terhadap target dan kendala. Di Detik, selain menggunakan CMS, pengawasan antar karyawan juga dilakukan secara personal. Contohnya seperti saling mengingatkan, saling menyemangati dan bisa juga berupa teguran jika itu datang dari atasan. Sedangkan Okezone, karena ada pembagian WFH dan WFO ini, yang WFH akan diawasi melalui whatsapp dan yang WFO diawasi langsung seperti biasa di kantor. Untuk pengawasan produksi berita, nantinya berita akan diverifikasi terlebih dahulu oleh redaktur dan asisten redaktur, baru kemudian di publish. Bentuk evaluasinya sendiri adalah lebih ke seberapa besar unique view dan page view yang telah didapatkan. Untuk JawaPos sendiri, pengawasan terhadap aktivitas kerja dan produksi berita di JawaPos adalah dengan berkoordinasi langsung dengan reporter. Sedangkan yang bertugas untuk melakukan pengawasan adalah redaktur. Pengawasan tersebut dilakukan saat setiap reporter melakukan liputan. Untuk apa saja yang dievaluasi saat tahap pengawasan adalah: *“Kuantitas berita, kualitas berita, dan berdara pageviews.*

5) Nilai Berita Olahraga

Dalam memberitakan olahraga, khususnya sepakbola di masa pandemi, Bolasport, Detik, Okezone dan JawaPos memiliki keunikan dan ciri khas masing-masing dalam pemberitaannya. Dikala pandemi dan liga sepakbola nasional masih belum ada kejelasan kemarin, Bolasport dalam beritanya ada berita tentang ‘sejarah hari ini’. Sejarah hari ini merupakan berita-berita tentang pertandingan memorable yang pernah terjadi di hari tertentu yang sama, namun sudah beberapa tahun yang lalu. Pemberitaan sejarah hari ini masih ada ketika liga sepakbola nasional masih belum jelas, sedangkan sepakbola internasional sudah tidak lagi karena liga-liga sudah mulai jalan. Selain itu Bolasport juga banyak mengangkat tentang kegiatan-kegiatan supporter selama

pandemi ini. Sedangkan Detik, dalam situasi pandemi ini, banyak mengangkat sisi human interest yang berhubungan dengan Covid-19. Seperti pemberitaan mengenai kepastian gaji ditengah ketidakpastian kompetisi, serta pemberitaan ringan seperti kegiatan-kegiatan yang dilakukan para pesepakbola saat liga belum berjalan dan mengangkat tentang kepastian Liga 1 dan Liga 2. Untuk Okezone sendiri, lebih sering memberitakan kehidupan pesepakbola diluar lapangan, atau di okezone diberi rubrik soccertainment. Pemberitaan yang diangkat contohnya seperti kegiatan-kegiatan pemain saat liga belum berjalan, dukungan dari pemain hingga federasi untuk tenaga kesehatan dan pemberitaan mengenai pemain atau pelatih yang terjangkit virus Corona. Untuk diketahui, soccertainment di Okezone lebih banyak memberitakan sepakbola internasional ketimbang sepakbola nasional karena menurut mereka, soccertainment ataupun berita tentang klub-klub besar eropa masih menjadi berita yang paling banyak dicari pembaca. Okezone juga memberitakan mengenai hasil, review dan preview pertandingan liga-liga eropa karena liga-liga Eropa sudah start duluan sejak bulan Juni 2020. JawaPos di masa pandemi ini fokus memberitakan isu mengenai olahraga khususnya sepakbola nasional. JawaPos lebih memberikan berita tentang aktivitas pemain/pelatih di luar lapangan, tema bursa transfer karena banyak pemain yang ke luar negeri dan langkah-langkah PSSI dalam upaya menjalankan liga.

6) Praktik Jurnalisme Online di Media

Bolasport tetap mengusahakan memberikan informasi yang bersifat real time dengan pembagian shift. Bolasport juga tetap memanfaatkan kolom komentar yang ada di sosial media mereka. Dan dalam menyediakan fitur multimedia, Bolasport tetap memanfaatkan seluruh media sosial mereka. Detik pun demikian, mereka selalu berusaha untuk memberikan informasi secara real time. Secepat mungkin jika ada topik yang sedang hangat, detik mengupayakan untuk menjadikannya berita. Detik juga memanfaatkan kolom komentar yang ada di website dan medsos mereka. Lalu dalam menyajikan fitur multimedia, detik sebagai salah satu media online besar memiliki banyak platform, mulai dari website tentunya, instagram hingga youtube.

Informasi didalamnya pun banyak, seperti ada kanal 20detik hingga postingan-postingan menarik di instagram mereka. Okezone juga kurang lebih demikian, mereka langsung mengeksekusi sebuah berita ketika bahan sudah didapatkan dari reporter. Berita tersebut layak dipublikasikan ketika mengandung unsur objektif, ringkas, hangat, informatif dan actual. Dalam memberikan tanggapan atau respon secara langsung, Okezone memanfaatkan kolom-kolom komentar yang ada di media sosial. Contohnya adalah ketika ada fan request atau feedback yang menjadi masukan soal pemberitaan apa yang akan Okezone buat. Dalam menyajikan fitur multimedia, di media online, format penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio dan visual. Di redaksi Okezone sendiri terdapat tim medsos sendiri. Dalam menyajikan fitur multimedia, Okezone sebagai salah satu media online besar memiliki banyak platform, mulai dari website tentunya, instagram hingga youtube. Dan Jawapos dalam memberikan kecepatan informasi yang bersifat real time, mereka berusaha untuk memberikan berita yang sedang hangat dan baru di masyarakat. Dalam menyajikan fitur multimedia, di media online, format penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio dan visual. JawaPos sendiri memanfaatkan website mereka beserta media social seperti Instagram dan youtube.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Di masa pandemi Covid-19 ini redaksi media olahraga dipaksa untuk beradaptasi dengan keadaan. Bolasport, Detik, Okezone dan JawaPos harus merubah pola liputan mereka agar tetap dapat bekerja selama pandemi Covid-19 ini. Mulai dari tahap perencanaan hingga pengawasan, hampir semua kegiatan digeser menjadi online. Tahap perencanaan yang diawali rapat redaksi, di pandemi ini dilakukan melalui telekonferensi seperti zoom. Pada tahap pengorganisasian, para redaksi media juga harus menerapkan pembagian Work From Home (WFH) dan Work From Office (WFO). Tahap pelaksanaan, para redaksi media juga harus merubah pola liputan. Jika dalam kondisi normal kegiatan jurnalistik biasa dilakukan dengan turun ke lapangan, mencari data melalui observasi maupun wawancara secara langsung, dikala pandemi Covid-19 kegiatan jurnalistik seperti wartawan tak lagi bebas untuk bisa turun ke lapangan untuk mencari data. Para redaksi media memanfaatkan telekonferensi zoom atau google meet untuk bisa melakukan wawancara dengan narasumber, atau terkadang mereka yang diundang untuk meliput seperti konferensi pers melalui zoom. Selain itu, para redaksi media juga memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan sumber informasi dan membagikan informasi. Masing-masing dari Bolasport, Detik, Okezone dan JawaPos memiliki media sosial seperti Instagram dan youtube sebagai platform untuk menyajikan berita. Terakhir, tahap pengawasan, keempat media tersebut memanfaatkan teknologi seperti CMS yang utamanya untuk memantau Unique views dan Page views.
2. Pemberitaan di masa pandemi Covid-19 dari keempat media yang penulis teliti memiliki perbedaan satu sama lain, di mana masing-masing memiliki ciri khas berita yang ditonjolkan. Bolasport dalam pemberitaan saat belum adanya keputusan pasti soal Liga sepakbola nasional, banyak mengangkat tentang berita ringan seperti 'sejarah hari ini' yang mengangkat tentang match-match terdahulu yang memorable. Selain itu Bolasport juga memberikan berita-berita tentang pemain-pemain Indonesia yang pindah ke

luar negeri, berita mengenai Training Camp Timnas U19 dan kritik terhadap beberapa pemain sepakbola. Untuk media online Detik, pemberitaannya banyak mengangkat sisi human interest yang berhubungan dengan Covid-19. Seperti pemberitaan mengenai kepastian gaji ditengah ketidakpastian kompetisi, serta pemberitaan ringan seperti kegiatan-kegiatan yang dilakukan para pesepakbola saat liga belum berjalan dan mengangkat tentang kepastian Liga 1 dan Liga 2. Sedangkan media online Okezone, di situasi pandemi ini, Okezone lebih sering memberitakan kehidupan pesepakbola diluar lapangan, atau di okezone diberi rubrik soccertainment. Pemberitaan yang diangkat contohnya seperti kegiatan-kegiatan pemain saat liga belum berjalan, dukungan dari pemain hingga federasi untuk tenaga kesehatan dan pemberitaan mengenai pemain atau pelatih yang terjangkit virus Corona. Untuk diketahui, soccertainment di Okezone lebih banyak memberitakan sepakbola internasional ketimbang sepakbola nasional karena menurut mereka, soccertainment ataupun berita tentang klub-klub besar eropa masih menjadi berita yang paling banyak dicari pembaca. Dan media online JawaPos, di situasi pandemi adalah memberikan berita tentang Aktivitas klub dan pemain diluar lapangan selama liga dihentikan, bursa transfer ketika para pemain Indonesia banyak yang pindah ke luar negeri dan berita mengenai tarik ulur kepastian Liga sepakbola Indonesia. Pemberitaan-pemberitaan di empat media tersebut sesuai dengan karakteristik liputan berita olahraga menurut Coakley, standar berita olahraga menurut Haryati dan unsur-unsur berita olahraga menurut Shiravaju.

3. Terdapat dua faktor dalam meliput di masa pandemi ini, yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat. Kedua faktor tersebut berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya maka faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Faktor Pendukung liputan di masa pandemi ini salah satunya adalah teknologi. Para media online tentunya mau tidak mau harus memanfaatkan teknologi yang ada. Contohnya seperti adanya telekonferensi seperti zoom, google meet dan sejenisnya. Selain itu juga memanfaatkan teknologi CMS untuk melakukan pengawasan dan melihat viewers. Selain teknologi, media sosial juga menjadi faktor pendukung bagi para media untuk melakukan liputan di masa pandemi. Media bisa memanfaatkan media sosial untuk

mendapatkan sumber informasi awal dalam membuat berita. Media sosial juga bisa menjadi penghubung antara media dengan pembaca dan media sosial juga dapat menjadi platform bagi para media untuk meluaskan jangkauan audiens dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, youtube dan twitter.

- b. Faktor penghambat liputan di masa pandemi adalah pandemi itu sendiri. Di masa pandemi ini, semua hal termasuk media sangat dibatasi dalam aktivitasnya. Terdapat pembatasan pada jam pekerjaan di mana dibagi menjadi WFO dan WFH. Namun yang paling terasa adalah berkurangnya liputan secara langsung atau tatap muka. Dengan itu jurnalis dari media-media jadi cukup kesulitan untuk mendapatkan berita. Liputan pun digeser menjadi online seperti via telepon atau zoom, namun dengan liputan seperti itu dirasa menjadi kurang bisa mengembangkan isu atau peristiwa, karena wawancara online tersebut juga memiliki banyak kendala seperti jaringan atau sinyal.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dihadapi penulis dalam melakukan penelitian dengan Judul Manajemen Redaksional Media Olahraga Dalam Pemberitaan Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional Tahun 2020 Akibat Pandemi Covid-19, peneliti baru hanya mendapatkan data sebatas wawancara dengan pengelola media. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu, akses yang didapatkan oleh peneliti dan pandemi Covid-19. Penulis juga tidak bisa mengikuti secara langsung proses kerja media dikarenakan pandemi Covid-19 karena perusahaan-perusahaan sangat membatasi pertemuan-pertemuan. Wawancara yang penulis lakukan dengan pengelola media juga dilakukan secara daring karena adanya pembatasan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Media Olahraga

- a. Diharapkan kepada manajemen redaksi media online untuk lebih bisa lagi memanfaatkan media sosial seperti Instagram, youtube, twitter, dan

lain-lain. Karena di zaman sekarang ini, platform media sosial sangat penting dan hampir semua orang pasti memilikinya. Mungkin bisa dengan membuat konten-konten ringan diluar lapangan seperti ngobrol dengan pemain sepakbola dikemas dengan video menarik, post Instagram yang menarik viewers seperti dikemas dengan infografis. Dan youtube diharapkan isinya tidak hanya video seadanya saja, namun bisa memiliki konten khusus juga.

- b. Diharapkan kepada manajemen redaksi media online untuk bisa selalu ‘membantu’ perkembangan sepakbola nasional dengan menampilkan berita-berita yang positif.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk lebih bisa mengulik lagi bagaimana redaksi bekerja di masa pandemi dan bagaimana perbandingannya dengan situasi normal dulu.
- b. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa fokus di satu media saja, namun benar-benar digali bagaimana redaksional atau pemberitaan media tersebut mengenai suatu isu.
- c. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi inspirasi dalam membuat penelitian-penelitian selanjutnya. Terlebih lagi untuk penelitian selanjutnya agar tidak hanya berfokus pada media yang diteliti saja, tetapi melihat dengan luas salah satunya misal dengan menelusuri terkait informasi terhadap pembaca media tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku / Buku Elektronik

Djuroto, Totok (2004) *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Fadhal, Soraya dkk (2020) *Media, Komunikasi dan Informasi Di Masa Pandemi Covid-19*. Yogyakarta

Franklin, Bob, Martin Hamer, Mark Hanna, Marie Kinsey & John E. Richardson (2005) *Key Concept in Journalism Studies*. SAGE Publications Ltd

González, María Francisca Greene (2017) *The Newsroom: A Space of Decision Making*. Oxford: Peter Lang.

Handoko, T. Hani (2015) *Manajemen Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Junaedi, Fajar (2014) *Merayakan Sepak Bola: Fans, Identitas dan Media*. Yogyakarta: Buku Litera.

Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama Kusumaningrat (2005) *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Moleong, Lexy J (2007) *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nugroho, Sigit (2019). *Industri Olahraga*. Yogyakarta: UNY Press

Quinn, Stephen (2002). *Knowledge Management in the Digital Newsroom*. Oxford: Focal Press

Romli, Asep Syamsul M (2012) *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia

Sambo, Masriadi dan Jafaruddin Yusuf (2017) *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*. Jakarta: Kencana

Siswanto, H.B (2016) *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sukarna (2011) *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV Mandar Maju

Sule, Ernie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah (2005) *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Trianton, Teguh (2016) *Jurnalistik komprehensif*. Yogyakarta: Yogyakarta Ombak.

Wahyudin (2016) *Pengantar Jurnalistik Olahraga*. Makassar: Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Makassar (URL: <http://eprints.unm.ac.id/10353/1/Jurnalistik%20Olahraga%20%28Wahyudin%29.pdf> , diakses 3 November 2020)

B. Sumber Jurnal / Jurnal Elektronik

Akbar, Ade Jamal (2015) “Konstruksi Realitas Melalui Pemberitaan Oleh Media Asing Pada Perhelatan Asian Games 2018 (Analisis Framing pada Pemberitaan Media Online The New York Times dan Channel News Asia tentang Multi-Event Asian Games 2018 Periode Bulan Agustus 2018 – September 2018).” *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, Indonesia. (URL: <http://eprints.umm.ac.id/47771/>, tanggal akses 22 April 2020)

Astrid, Andi Fauziah (2020) “Jurnalisme Positif Ala Portal Republika Pada Isu COVID-19”. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Volume 1, Nomor 1 tahun 2020*. (URL: <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/mercusuar/article/view/14715/9090> , tanggal akses 18 Juni 2021)

Bradshaw, Tom (2020) "Sports Journalism Should Toy with Some Different Ideas" In: How Journalism Covered the Pandemic. *Bite-Sized Books*. (URL: <http://eprints.glos.ac.uk/8443/1/8443-Bradshaw-%282020%29-Sports-journalism-should-toy-with-some-different-ideas.pdf> , tanggal akses 29 April 2021)

Curry, Alexander L dan Good, Tiara (2020) "Talking Baseball When There Is No Baseball: Reporters and Fans During the COVID-19 Pandemic." *International Journal of Sport Communication*, 2020, 13, 551–558. (URL: <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0246> , diakses 6 Mei 2021)

Fitria, Cendikia Dwi (2014) “Manajemen Redaksional Tribunpekanbaru.com Dalam Menentukan Berita Yang Layak”. *JOM FISIP Vol.3 No. 2 – Oktober 2016*. (URL: <https://media.neliti.com/media/publications/133706-ID-none.pdf> , diakses 3 November 2020)

Hanief, Lalita dkk (2021) “Kebijakan Redaksional Radar Banjarmasin pada Pemberitaan Kasus COVID-19 di Kalimantan Selatan”. *Kajian Jurnalisme, Volume 04 Nomor 02 Tahun 2021*. (URL: <https://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme/article/view/29354/14791> , tanggal akses, 18 Juni 2021)

Hull, Kevin dan Romney, Miles (2020) “It Has Changed Completely”: How Local Sports Broadcasters Adapted to No Sports" *International Journal of Sport Communication*, 2020, 13, 494–504. (URL: <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0235> , diakses 6 Mei 2021)

Juwairyah (2008) “Manajemen Redaksional pada Surat Kabar Harian Kudus”. Skripsi Sarjana, Jurusan KPI, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta. 2008.

Keshkar S, Dickson G, Ahonen A, Swart K, Addesa F, Epstein A, et al. “The Effects of Coronavirus Pandemic on the Sports Industry: An Update.” *Ann Appl Sport Sci*. 2021; 9 (1). (URL: <http://aassjournal.com/article-1-964-en.html> , diakses 7 April 2021)

Kuntjoro, Bambang Ferianto Tjahyo (2016) “Relasi antara Media, Nilai Ekonomi dan Olahraga”. *Jurnal*. Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia. (URL: <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/multilateralpjk/article/download/2742/2388> , tanggal akses 2 November 2020)

M, Franciscus Asissi Sandy (2014) “Manajemen Media Online: Studi Kasus Manajemen Redaksi Goal Indonesia”. *Skripsi*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia. (URL: <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/78852>, tanggal akses 18 April 2020)

Muqsith, Munadhil Abdul (2020) “Tantangan Baru Jurnalisme Dalam Pandemi Covid-19”. *Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan*, Vol. 4, No. 1. (URL: <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/adalah/article/view/17273>, tanggal akses 7 April 2021)

Nurrahmani, Athiyya (2017) “Proses dan Kinerja Ruang Redaksi Televisi (Studi Newsroom Pada Program Berita Liputan 6 SCTV)”. *Skripsi*. Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia. (URL: <http://repository.ub.ac.id/5651/>, tanggal akses 17 Juni 2021)

Prasastiawan, Mohamad Alfath (2018) “Analisis Framing Pemberitaan Kritik Kartu Kuning Terhadap Jokowi di Media Online Kompas.com dan Detik.com Tahun 2018”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia. (URL: <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/31629>, diakses 27 April 2021)

Prasetyanti, Dhenok Esthi (2018) “Manajemen Redaksi Media Online Tirto.id Dalam Upaya Mewujudkan Jurnalisme Data”. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia. (URL: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/12738/Skripsi%20fix.pdf?sequence=2&isAllowed=y>, tanggal akses 20 April 2020)

Prastya, Narayana Mahendra (2014) “Geliat Surat Kabar Harian Olahraga di Indonesia”. *Jurnal Komunikator*, Volume 6, Nomor 1. (URL: <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/215>, tanggal akses 5 Maret 2020)

Prastya, Narayana Mahendra (2016) “Menolong Klub, Mengecam Suporter, Menjaga Pasar”. *Jurnal Komunikator*, Volume 8, Nomor 02. (URL: <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2232/2585>, tanggal akses 17 Juni 2020)

Prastya, Narayana Mahendra (2019) “Manajemen Redaksional Media Olahraga Non-Sepakbola : Studi Deskriptif Terhadap www.bolalob.com dan www.bulutangkis.com”. *Laporan Penelitian*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia.

Prastya, Narayana Mahendra & Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih (2020) “Kebijakan Redaksi Media di Indonesia dalam Pemberitaan Haji Tahun 2020”. *Islamic Communication Journal Vol 5, No.2 (2020): 185-202*. (URL: <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/icj/article/view/6434/pdf> , tanggal akses 18 Juni 2021)

Prayoga, Muhammad Rizky Gama (2018) “Kontroversi Regulasi Baru Pemain Sepakbola Indonesia U-23”. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi, Vol. 02, No.01*. (URL: <https://pknk.web.id/index.php/PKNK/article/view/145> , tanggal akses 29 April 2021)

Putra, Afdal Makkuraga (2011) “Sepak Bola Indonesia dalam Bingkai Pemberitaan Media”. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 9, Nomor 3, September-Desember 2011, halaman 311-322*. (URL: <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/3439/2604> , tanggal akses 17 Juni 2021)

Ramadhani, Rizki (2017) “Manajemen Media Online Pada Website PASOEPATI.NET (Studi Deskriptif Kualitatif Penerapan Manajemen Redaksional dan Jurnalime Online pada Website Pasoepati.Net)”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia. (URL: <http://eprints.ums.ac.id/57912/>, tanggal akses 26 Maret 2019)

Sadri, Sean R. et.al. (2021) “Sports Journalism Content When No Sports Occur: Framing Athletics Amidst the COVID-19 International Pandemic”. *Communication & Sport XX (X)*. (URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/21674795211001937> , tanggal akses 29 April 2021)

Suprayitno, Dede (2020) “Perubahan Pola Liputan Reporter TV selama Pandemi COVID-19”. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA) Vol. 7 No. 2 September 2020*. (URL:

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/view/8402> , tanggal akses 18 Juni 2021)

Syarah, Maya May (2020) “Jurnalistik Bencana Pada Pemberitaan COVID-19 di *Republika Online*”. *Jurnal Public Relations-JPR*, volume 1 nomor 1 April 2020. (URL: <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/191> , tanggal akses 18 Juni 2021)

C. Sumber Internet

Aminudin, Muhammad (2020) “Akibat Pandemi Virus Corona, IBL 2020 Seri 7 Ditunda”. *Sport.detik.com*. 13 Maret 2020. (URL: <https://sport.detik.com/basket/d-4938088/akibat-pandemi-virus-corona-ibl-seri-7-2020-ditunda> , tanggal akses 17 Juni 2020)

Fajar, Rahmat & Muhammad Akbar (2020) “Menyambut New Normal ala Liga Inggris”. *Republika.co.id*. 13 Juni 2020. (URL: <https://republika.co.id/berita/qbtl85480/menyambut-new-normal-ala-liga-inggris> , tanggal akses 2 November 2020)

Ikhsan, Harley (2020) “Corona Covid-19 Masih Ganas, UEFA Bekukan Liga Champions dan Liga Europa”. *Liputan6.com*. 1 April 2020. (URL: <https://www.liputan6.com/bola/read/4217138/corona-covid-19-masih-ganas-uefa-bekukan-liga-champions-dan-liga-europa> , tanggal akses 2 November 2020)

PSSI (2019) “Piala Presiden 2019 Pecahkan Rekor Rating TV”. *Pssi.org*. 15 April 2019. (URL: <https://www.pssi.org/news/piala-presiden-2019-pecahkan-rekor-rating-tv> , tanggal akses 17 Juni 2021)

PSSI (2021) “Kompetisi Liga 1 dan 2 Musim 2020-2021 Resmi Dibatalkan”. *Pssi.org*. 20 Januari 2021. (URL: <https://www.pssi.org/news/kompetisi-liga-1-dan-2-musim-2020-2021-resmi-dibatalkan> , tanggal akses 21 Januari 2021)

Robbani, Muhammad (2020) “Shopee Liga 1, Satu-satunya Kompetisi di ASEAN yang tak lanjut”. *Sport.detik.com*. 31 Oktober 2020. (URL:

<https://sport.detik.com/sepakbola/liga-indonesia/d-5236219/shopee-liga-1-satu-satunya-kompetisi-di-asean-yang-tak-lanjut> , tanggal akses 2 November 2020)

Robert (2021) “Sudah Dua Tim Liga 1 Memutuskan untuk Bubar, Siapa Selanjutnya?”. Bolalob.com. 8 Januari 2021. (URL: <https://bolalob.com/read/148481/sudah-dua-tim-liga-1-memutuskan-untuk-bubar-siapa-selanjutnya> , tanggal akses 21 Januari 2021)

Santoso, Estu (2020) “Covid-19 Sempat Mengganggu, Liga Vietnam 2020 Siap Memulai Putaran Kedua”. *Timnas.skor.id*. 9 Oktober 2020 (URL: <https://timnas.skor.id/covid-19-sempat-mengganggu-liga-vietnam-2020-siap-memulai-putaran-kedua-01354484> , tanggal akses 2 November 2020)

W, Kris Fathoni (2020) “Liga Champions Lanjut 7 Agustus, Ada Perubahan Format”. *Sport.detik.com*. 17 Juni 2020. (URL: <https://sport.detik.com/sepakbola/uefa/d-5057899/liga-champions-lanjut-7-agustus-ada-perubahan-format> , tanggal akses 2 November 2020)

Wicaksono, Andhika (2020) “Klub Dengan Jumlah Penonton Terbanyak di Liga 1 2019”. *Databoks.katadata.co.id*. 28 Februari 2020. (URL: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/28/klub-dengan-jumlah-penonton-terbanyak-di-liga-1-2019> , tanggal akses 17 Juni 2021)

Lampiran

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. 012/HRD-E/VI/21

Jakarta, 2 Juni 2021

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB) Universitas Islam Indonesia di tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Agustina Sembiring**

Instansi : **PT Trans Digital Media (Detikcom)**

Jabatan : **Business Director**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan wawancara via google meet pada tanggal 10 Februari 2021

Nama : **Muhammad Diast Reyhanrafif**

Nomor Mahasiswa : **17321013**

Prodi./Fak./Univ. : **Ilmu Komunikasi / Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya / Universitas Islam Indonesia**

Judul Penelitian : **Manajemen Redaksional Media Olahraga Dalam Pemberitaan Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional Tahun 2020 Akibat Pandemi Covid-19**

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas kerjasama dan perkenan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 2 Juni 2021

PT Trans Digital Media



(Agustina Sembiring)

Business Director

Nomor : 010/VP/VI/2021

Hal : Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Jakarta, 3 Juni 2021

Kepada Yth.

**Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB) Universitas Islam Indonesia
di tempat**

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melly Marliani Instansi

: MNC Portal Indonesia

Jabatan : VP Sales

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian/projek tugas akhir di instansi kami pada tanggal 3 Februari 2021

Nama : **Muhammad Diast Reyhanrafif**

Nomor Mahasiswa : **17321013**

Prodi./Fak./Univ : **Ilmu Komunikasi / Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
(FPSB) Universitas Islam Indonesia**

Judul Penelitian : **Manajemen Redaksional Media Olahraga Dalam Pemberitaan
Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional Tahun 2020 Akibat Pandemi Covid-19**

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas kerjasama dan perkenan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 3 Juni 2021

VP Sales

MNC Portal Indonesia



(Melly Marliani)

Nomor : 009/VI/2021
Hal : **Keterangan Telah Melakukan Penelitian**

Jakarta, 9 Juni 2021

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

Assalamu 'alaikum, Wr. Wb.

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Widiyatmiko

Instansi: Bolasport.com

Jabatan : Assistant Managing Editor

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian di instansi kami pada tanggal 8 Februari 2021

Nama : Muhammad Diast Reyhanrafif

Nomor Mahasiswa : 17321013

Prodi./Fak./Univ. : Ilmu Komunikasi / Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya /
Universitas Islam Indonesia

Judul Penelitian : Manajemen Redaksional Media Olahraga Dalam Pemberitaan
Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional Tahun 2020 Akibat Pandemi Covid-19

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas kerjasama dan perkenan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 9 Juni 2021

Assistant Managing Editor
Bolasport.com



Dwi Widiyatmiko

Nomor : 002/HRD-JP/VI/2021
Hal : Keterangan Telah Melakukan Penelitian / Projek Tugas Akhir

Jakarta, 06 Juni 2021

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)
Universitas Islam Indonesia
ditempat

Assalamu 'alaikum, Wr. Wb.

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M.N. Asikin
Instansi: Jawapos.com
Jabatan : Editor

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian/projek tugas akhir di instansi kami pada tanggal 17 Februari 2021

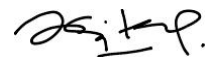
Nama : Muhammad Diast Reyhanrafif
Nomor Mahasiswa : 17321013
Prodi./Fak./Univ. : Ilmu Komunikasi // Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya // Univ Islam Indonesia
Judul Penelitian : Manajemen Redaksional Media Olahraga Dalam Pemberitaan Pembatalan Kompetisi Liga Sepakbola Nasional Tahun 2020 Akibat Pandemi Covid-19

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas kerjasama dan perkenan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 06 Juni 2021

Editor Jawapos.com



MN Asikin

Transkrip Wawancara Bolasport.com – Dwi Widijatmiko (asisten Redaktur Pelaksana) dan Mochamad Hary Prasetya (Editor Sepakbola Nasional)

Diast: Oke sudah mulai direkam ya, pertama bisa perkenalan dulu. Nama saya Muhammad Diast Reyhanrafif, saya dari Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Angkatan 17. Disini saya mohon izin untuk mewawancarai Bapak Wiwid dan Mas Hary perihal skripsi saya. Terus mungkin untuk Pak Wiwid dan Mas Hary bisa memperkenalkan diri, nama Panjang dan jabatan. Monggo Pak Wiwid dan Mas Hary.

Pak Wiwid: Agak ini, lagi hujan nih haha

Mas Hary: Sini belum mas

Pak Wiwid: oke iya Diast, saya nama lengkapnya Dwi Widijatmiko sebagai asisten redaktur pelaksana di bolasport.com. Ya memang sudah lama sih di jurnalis, di dunia jurnalistik, sudah dari tahun 2001 lah. Dulu pernah di tabloid bola kemudian sekarang di bolasport, begitu.cukup.

Diast: Oke, terima kasih Pak Wiwid. Mungkin bisa gantian mas Hary

Mas Hary: Halo selamat sore, saya Hary dari bolasport.com, jabatan saya di bolasport.com yaitu masih editor sepakbola nasional ya. Sebelum bergabung di bolasport, sejak 2015 dulu di superball Gramedia juga.

Diast: Oke terimakasih Pak Wiwid dan Mas Hary. Mungkin selanjutnya, kemarin kan sempet saya share juga ke Mas Hary ya daftar pertanyaannya

Mas Hary: Iya saya sempet share juga ke Mas Wiwid

Diast: Nah itu, mau di share screen atau gimana? Apa saya langsung bacakan saja?

Pak Wiwid: Langsung aja, yang mau ditanyakan apaan

Diast: okeh, jadi judul dari skripsi saya itu adalah manajemen redaksional media nasional dalam pemberitaan penundaan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020. Nah di daftar pertanyaan itu dibagi menjadi tiga, yaitu yang pertama ada manajemen redaksi di situasi yang umum, yang normal, yang kedua situasi pandemic, nah di situasi pandemic pun dibagi menjadi dua yaitu sebelum adanya keputusan PSSI dan yang kedua itu adalah setelah keputusan PSSI soal stop liga gitu. Oke mungkin langsung saya bacakan saja ya

Pak Wiwid: Iya iya boleh

Diast: untuk yang pertama itu ada pertanyaan seputar struktur ya, **struktur manajemen redaksi bolasport sendiri itu bagaimana Pak Wiwid dan Mas Hary, struktur organisasi yang berlaku di redaksi perusahaan bolasport?**

Pak Wiwid: Ya kalo di bolasport itu kan, bolasport network ya, jadi bukan Cuma bolasport.com doang tapi juga ada website turunannya ada juara.net, kemudian ada sportfeat, ini deh kalo

buka websitenya Diast bisa lihat tu dibawah, website-websitenya apa aja gitu. Nah, kita kebetulan lokasi redaksinya tu ada dua, di Jakarta sama di Solo, campur lah jadi maksudnya campur di bolasport juga ada yang lokasinya di Jakarta, di Solo di juara.net juga begitu di superball juga seperti itu. Jadi ada dua dan kalo struktur organisasi sih sama semua websitnya, jadi ada redpel nya, redpelnya kebetulan ya Cuma satu orang doang namanya bang Taufiq, nah dibawahnya tu ada saya ada mas Hary. Mas Hary nih ikut yang in charge di solo, kemudian dibawah juga ada editor ya termasuk mas Hary ini, nah habis di bawah editor ada reporter. Campur juga, di editor juga ada di Jakarta sama Solo begitu juga dengan reporter juga ada di Jakarta dan Solo

Diast: Oke berarti ada dua ya Pak lokasinya

Pak Wiwid: iyah betul ada di Jakarta dan solo

Diast: baik pak, lalu untuk pertanyaan selanjutnya, **apakah setiap rubrik itu redaksinya berbeda-beda atau gimana? Missal kayak sepakbola terus ada olahraga lain gitu itu berbeda apa jadi satu?**

Pak Wiwid: Secara ini sih, de jure nya sih beda ya. Jadi masing-masing ada desk sepakbola nasional, ada desk sepakbola internasional ada desk olimpiak untuk di bolasport. Tapi pada prakteknya ya ini sih, campur sih kerjanya. Jadi kalo sewaktu-waktu, misalnya ni yah, reporternya mas Hary di sepakbola nasional ada di lapangan gitu, tapi kemudian pada waktu bersamaan dengan dia di lapangan di tempat lain tu ada acara yang desk nya sebetulnya olimpiak gitu, nah itu langsung jalan aja gitu reporternya. Jadi memang utamanya di desk masing-masing, tapi sangat terbuka untuk mengerjakan di desk yang lain, tidak terlalu kaku lah.

Diast: oh ya, fleksibel ya pak berarti

Pak Wiwid: yes betul, fleksibel

Diast: oke, mungkin selanjutnya, **bagaimana cara struktur keredaksian bolasport dalam memunculkan inovasi? Baik itu secara eksternal ataupun internal?**

Pak Wiwid: Inovasi ya, kita lihat situasi deh. Ya contohnya yang kita hadapi sekarang gitu udah hamper satu tahun kita dari bulan Maret juga mungkin juga sama ya di tempat-tempat kerja yang lain memberlakukan WFH dan disitulah kita melakukan perubahan cara kerja gitu ya, kalua dulu kan mungkin ngumpul di kantor, kemudian ke lapangan, nah sekarang tantangannya adalah lebih banyak bekerja dirumah dan kebetulan juga event-event kan banyak yang ga ada nih, event-event olahraga, jadi y akita harus langsung adaptif aja. Jadi cari cara bagaimana supaya dapat bahan-bahan untuk tulisan. Gitu sih paling, inovasinya tergantung situasinya seperti apa, kita langsung adaptif gitu.

Diast: oke tergantung situasi ya berarti pak

Pak Wiwid: ya betul

Diast: baik baik, nah nextnya mungkin **apa sih yang membedakan redaksional bolaspport dengan media lain?**

Pak Wiwid: eh yang membedakan apa ya, secara garis besar sih sama ya mungkin kayak pemred, redpel, editor, reporter tu pasti ada. Mungkin ya yang tadi ya, kalo di kita dibagi jadi tiga desk itu, desk sepakbola nasional, desk sepakbola internasional dan desk olimpiik. Dari segi sumber daya manusia juga pasti beda, jumlah orangnya. Tapi juga kebanyakan media olahraga kayak gitu juga sih setahu saya, terutama yang membedakan antara sepakbola nasional sama, sama sepakbola internasional. Itu sih paling Diast

Diast: oke oke pak wiwid berarti disitu ya pak yang membedakan. Next kita lanjut ke proses produksi, **bagaimana sih proses produksi dari awal di bolaspport itu sampai sebuah berita layak untuk di publish?**

Pak Wiwid: Pertama pasti ya ada liputan, entah itu ke lapangan atau kalau di sepakbola internasional ya kan ngambil dari website luar gitu ya, diolah, riset, entah itu ke lapangan riset atau kurasi juga bisa. Kita juga ada yang, kebanyakan di solo sih nih, yang tugasnya adalah kurasi berita dari website lain. Dan semua ini, berita ini masuk ke basket tulisan gitu, nanti editor yang memilih milih mana yang layak tampil mana yang masih harus dikoreksi sama reporternya dan mana yang gabisa sama sekali di tampilkan. Setelah itu yaudah, tampil. Setelah dari editor tampil, ya mungkin memang kadang-kadang masih ada sedikit kesalahan gitu ya, typo-typo nanti di benarkan di setelah tayang gapapa

Diast: oke cukup jelas sih untuk pertanyaan selanjutnya sudah juga terjawab. Mungkin langsung yang ke lanjutnya, **berarti siapa saja itu yang terlibat dalam pembuatan suatu berita?**

Pak Wiwid: yang terlibat ya semua sih pasti, dari pemred, redpel, saya asisten redpel terus editor pastinya, Mas Hary tu, dan para reporter. Itu sih yang terlibat Diast.

Diast: Okeh, lalu kalo **cara peliputan dilakukan, itu gimana pak Wiwid?**

Pak Wiwid: eh ini mas Hary nih bisa jawab nih. Tapi kalo setahu saya sih ya kalo temen-temen liputan ya kita kejar narasumber yang dibutuhkan sampai dapat, kita wawancara, kita bikin video, biasanya seperti itu. Kemudian kalo dapat wawancara yang Panjang kita bikin transkripnya, kita kerjain sama-sama nanti setelah, kita kan ada whatsapp grup itu kita bagi disitu, kita jadikan banyak tulisan gitu. Jadi dari satu liputan itu ga Cuma menghasilkan satu tulisan, tapi bisa banyak gitu. Mungkin mas Hary bisa nambahin tuh yang proses peliputan di lapangan, orang lapangan juga soalnya mas Hary nih

Mas Hary: oke, kalau di sepakbola nasional kita sebelum proses liputan dilakukan itu kita melihat apa yang, ada agenda yang di share oleh, kan misalnya PSSI ngeshare ada agenda tentang timnas Indonesia besok jam 5 sore di hotel, nah disitu H-1 sebelum peliputan kita mungkin udah saling sharing di grup whatsapp yang tadi mas Wiwid bilang, siapa yang akan jalan kesana, siapa yang akan meliput lalu apa aja yang harus dipertanyakan sama kita ke narasumber, seperti apa. Kita membahas apa yang lagi berkembang di agenda tersebut, kayak misalnya contoh, agenda peliputan timnas Indonesia ini adalah pelepasan timnas Indonesia ke Sea Games, misalnya ya contoh ya Diast ya. Terus ternyata disitu ada isu Shin Tae Yong mau mundur dari timnas Indonesia sebelum Sea Games, nah mungkin itu yang akan dikejar oleh kita, kita ga terlalu ngejar ke pelepasan timnasnya, targetnya seperti apa, kita lebih ke yang menarik dibaca oleh para masyarakat oleh para pembaca. Nah terus dari situ nanti reporter di lapangan kalo seandainya banyak bahan berita dari sana, kita usahakan supaya mereka melempar rekaman ke grup whatsapp terus disitu nanti ada beberapa temen yang udah stand by buat transkrip rekaman, dari situ lalu kita olah bareng-bareng beritanya dan kita harus komunikasi dulu sama yang meliput di lapangan, misalnya peliput lapangan sudah bilang saya mau ngambil berita Shin Tae Yong, lalu reporter yang lain, saya ambil yang ini ambil yang ini ambil yang itu, jadi contohnya seperti itu. Ada juga video atau juga foto-foto supaya buat pelengkap atau untuk sosial media kita. Begitu sih.

Diast: oke, berarti sudah cukup Panjang dan cukup jelas. Nah lalu untuk selain narasumber nih, tadi juga sudah sedikit disinggung sih oleh pak Wiwid, **Narasumber pasti jadi sumber informasi utama, bagaimana sih kalo mengambil dari sumber tertulis yang ada sebelumnya?**

Pak Wiwid: ya pernah itu, makanya yang saya bilang, jadi bisa dari narasumbernya langsung tapi kita juga bisa dari hasil riset, dari hasil kurasi berita dari website lain. Kalau narasumber utama pasti kita ambil dari seseorang yang penting atau yang berkaitan lah dengan apa yang akan kita angkat. Jadi sangat terbuka gitu, kalo misalnya di website lain ada isu yang memang bagus gitu ya, ya kita ambil itu tapi tentu saja tidak Cuma ambil terus di copy kemudian kita paste aja gitu, tapi juga kita kembangkan karena ya kita juga, Mas Hary dan temen-temen juga pasti punya sumber-sumber lain yang bisa memperkuat tulisan. Kalo dari sumber lain sih sangat terbuka ya Diast. Itu tadi, kita melihat situasinya apa yang lagi hot apa, kita ngambil game plan nya dari situ.

Diast: oke kalo begitu Pak wiwid, mungkin sudah cukup jelas. **Lalu kalau yang kebijakan bagaimana? Kayak bagaimana redaksi menentukan berita yang layak dimuat?**

Bagaimana kebijakan menentukan topik atau isu? Apa itu mirip kayak yang tadi ya? Atau bagaimana?

Pak Wiwid: ya ya betul, hampir sama ya. Standar sih kita paling yang berkaitan dengan SARA, dengan yang kayak gitu gitu yang kita jauhkan lah. Tulisan-tulisan yang begitu, yang pornografi yang segala macam itu kita jauhkan. Kalo batesannya itu aja sih, yang utama karena ya kita sebagai website juga harus berusaha membuat website menarik buat pembaca gitu buat keterbacaan, keterindeksan di internet gitu ya, di google gitu ya. Nah kalo google sendiri udah langsung ini sih, kalo masalah masalah SARA, masalah pornografi tu udah langsung di cut gitu, jadi kita ga kesana sana

Diast: oke terus **kalo kebijakan untuk memilih Teknik liputan gimana Pak wiwid?**

Pak Wiwid: eh Teknik liputan, ya standar sih Diast. Ya bisa nyambung ke yang narasumber tadi, kalo kita liputan langsung ya langsung nyamperin narasumbernya, atau kalo online gini ya via zoom atau telepon, terus ya bisa juga kurasi dari website-website lain itu. Gitu paling sih.

Diast: Oke baik Pak Wiwid. Sekarang kita ke bagian perencanaan, **bagaimana cara merencanakan suatu program berita dalam meliput soal sepakbola Indonesia?**

Pak Wiwid: merencanakan.... oke, nanti juga bisa ditambahkan Mas Hary. Ya lebih kepada desk nya masing-masing sih, kalo di sepakbola nasional ya Mas Hary sebagai editor dibantu dengan editor yang lain yang punya rencana liputan gitu. Hari ini mau kemana dan ada isu apa, lebih reporter-reporter itu diarahkan untuk focus ke isu-isu yang memang lagi hangat. Kalo mas Hary ini punya insider ni di PSSI sama di klub, jadi soal jadwal soal segala macam, bursa transfer ni udah paling paham ni Mas Hary ni, jadi ya praktis juga Mas Hary lah ya yang ngatur ini ni, yang ngatur temen-temen reporter Bergeraknya kemana. Mungkin mas Hary bisa menambahkan

Mas Hary: yak, kalo di Bahasa kita, kita sebenarnya saling bekerja sama sih Diast ya, tidak ada kata semacam menyuruh atau apa ya “lo harus dapet ini, lo harus dapet itu”, kita ga seperti itu, kita lebih meminta mereka untuk usaha dahulu, misal contoh Asnawi Mangkualam ke Korea Selatan disitu kan otomatis kan kita gabisa mendapatkan quote dari Asnawi maupun dari Gabriel Budi selaku agennya. Kita cari informasi lebih ke pelatih timnas, lalu ke supporter, lalu ke PSM Makassar ataupun juga ke pengamat-pengamat sepakbola bagaimana nasib Asnawi di Korea Selatan nantinya, apalagi kan dia bisa dibilang pemain pertama di Liga Korea Selatan kan. Nah mungkin disitu, lalu Ketika seandainya ada narasumber yang tidak bisa dihubungi, di kontak gabisa, ditelpon gabisa, di whatsapp ga dibales, itu juga saling mengerti, artinya yaudah kalo semisal seperti itu ya kita minta tolong untuk buat yang lain aja semisal kayak statistic

Asnawi, berapa pertandingan sih yang dimainkan Asnawi di timnas Indonesia sama selama di PSM tu seperti apa, apakah dia cukup mampu untuk bersaing di Korea Selatan, lalu melihat apakah Asnawi pernah berduel sama pemain top dunia, ya seperti itu kan otomatis kita langsung berfikir, oh dulu waktu jamannya Asnawi di U19 sama Indra Sjafri tu sempat dibawa ke Prancis di turnamen Toulon, disitu kan dia duel sama Vinicius Junior (Real Madrid), disitu lagi-lagi dengan ada Vinicius Junior aja Brazil Cuma menang 1-0, artinya wah Asnawi memang layak bermain di Korea Selatan. Seperti itu. Tapi kita harus mencari apa ya, harus dikembangkan suatu isu yang harus dibuat oleh sepakbola nasional, ya contohnya seperti itu sih yang paling sering kita lakukan

Diast: Wah menarik menarik, se dinamis itu ya untuk merencanakan dan mengangkat suatu berita

Mas Hary: ya Diast, kita harus bisa ini sih, bisa menghadapi segala kemungkinan

Diast: baik mas Hary, nah lalu dalam perencanaan tersebut, **apakah mengadakan semacam rapat redaksi? Kayak siapa saja pesertanya, kapan, apa aja rulesnya dan siapa yang memimpin rapat tersebut?**

Pak Wiwid: Kalo rapat redaksi paling sebulan sekali gitu ya, tapi sebulan sekali ya sebetulnya bukan bahas mau liput apa mau apa gitu, tapi lebih ke system kerja kita aja, kalo soal liputan soal rencana liputan itu yang tadi saya jelasin lebih kita serahin ke desk masing-masing gitu. Jadi editor-editor dari sepakbola nasional, sepakbola internasional, olimpiak, udah tau misalnya minggu ini ada apa gitu, itu langsung nanti di infokan ke reporternya. Diminta mengerjakan apa, mencari narasumber apa gitu ya, jadi rapat redaksinya ada rutin tapi lebih ke system kerja sih. Bukan ke rencana liputan. Mungkin mas Hary bisa menambahkan

Mas Hary: Mungkin kalo bisa nyambungin Diast, kalo di sepakbola nasional misalnya karena covid ini ya, bolaspot gabisa ke kantor kan dan focus semuanya ada di rumah masing-masing. Artinya kalo saya pribadi saya punya tiga reporter yang di Jakarta dan ada tiga reporter di Solo. Nah yang di Solo kan tadi Mas Wiwid bilang, dia lebih ke akurasi-akurasi berita yang udah ada tampil di website Kompas Gramedia, lalu yang di Jakarta, mungkin saya lebih sering memberikan arahan ke mereka kayak semacam, ga setiap hari sih, paling seminggu sekali kita telponan bareng, dia cerita tentang susah cari narasumber lalu saya kasih masukan segala macem, lalu Ketika ada berita yang dibuat reporter tapi menurut saya biasa aja, biasanya bilang ke dia lebih baik jangan mengambil berita seperti ini, coba cari berita yang lain dan nanti kita coba lihat dari lihat berapa jumlah pembaca suatu berita, misal ada si A nulis berita tentang Persik Kediri terus Persik Kediri terus, sementara kan di website pembaca kan paling banyak kan Persija, Persib, Arema, Persebaya. Artinya stop lah jangan nulis Persik Kediri aja, boleh

nulis tapi setidaknya satu aja udah cukup, jangan nelpon narasumber, lalu jadiin empat berita tentang Persik Kediri. Karena kalo seperti itu dapet capek doang, ga ada pembaca. Lebih baik nyari Persija, kalopun Persija susah, coba ke Persib, Persib Susah ke Persebaya, Persebaya susah ke Arema pasti dapet informasi dari situ. Itu sih yang selalu kita tekankan ke mereka.

Diast: Oke, berarti ya, rapat ini tergantung ke desk masing-masing tadi ya

Mas Hary: ya, ya saya di nasional, saya gatau kalo di olimpiik itu ada rapat redaksi olimpiik atau engga, saya gatau. Saya hanya tahu yang sepakbola nasional aja gitu. Kayak yang mas Wiwid bilang, diserahkan ke editornya masing-masing.

Diast: oke kalo begitu, next mungkin, **apa target dari pemberitaan olahraga di bolaspport? Khususnya rubrik yang sepakbola nasional dan apa pertimbangannya?**

Pak Wiwid: targetnya pasti ya kita memberikan informasi terbaik lah buat pembaca gitu ya sesuai sama visi sama misi perusahaan kita. Informasi terbaik itu yang juga bertanggung jawab, makanya itu saya bilang kita jauhi yang bertema SARA atau pornografi. Lebih ke upaya mencerdaskan pembaca lah. Kemudian juga membuat pembaca tu bangga lah dengan sepakbola, terutama sepakbola nasional gitu ya. Karena ya ini sepakbola kita, sepakbola kita sendiri ya kita harus bangga punya kompetisi, punya pemain-pemain seperti ini gitu ya. Ya kita harus jaga itu, kita bantu untuk menjaga itu, kita informasikan yang terbaik, kita kritik juga kalo misal ada yang memang salah, kayak dulu mungkin apa ya, waktu ada konflik Shin Tae Yong dengan Indra Sjafri itu dulu bolaspport dulu itu yang pertama memunculkan isu itu. Kemudian isu itu jadi melebar, tapi ya memang kejadian, ada seperti itu, kita kasih informasi ke pembaca, akhirnya sih ya kelihatannya hubungannya sudah membaik gitu, ya itu, jadi kita membantu yang bagus bagus lah, kita usahakan. Di suasana covid ini , WFH gini kan sepakbola nasional kan lagi kesusahan banget nih, pemain-pemain banyak yang harus kerja yang lain, mereka udah kangen banget main sepakbola, yaudah kita coba angkat semangatnya, kita coba kasih informasi terbaru bagaimana kondisi mereka ke pembaca biar pada tau lah kalo susahnyanya ini sama-sama yang kita rasain. Ya dan tentunya ya kalo itu kan idealis banget gitu ya, tapi ya tujuannya kan juga cari uang ya Diast ya, tadi yang seperti mas Hary bilang, ya kita juga jaga focus materi-materi yang memang udah terbukti disukai pembaca. Makanya kalo klub-klub kayak, mohon maaf nih, kayak Persik ataupun klub-klub yang kurang beken gitu ya memang agak kurang kita angkat, kita kesampingkan gitu. Mereka ada tapi tidak terlalu banyak, lebih focus ke Persija, Persib, Persebaya, Arema yang klub-klub top dan juga yang menarik pastinya timnas, timnas itu juga pasti salah satu materi yang ‘seksi’ gitu dan kalo misalnya pembaca pengen nyari itu, banyak nyari itu kan, ya kita harus sediakan gitu. Mereka minta stok berita yang banyak ya kita sediakan. Minta stok yang banyak dari timnas, dari klub-klub beken, dari

pemain-pemain Indonesia yang ada di luar negeri, yang sekarang main di Eropa gitu ya jadi isu yang baru, itu yang kita usahakan, kita berikan informasi yang baik kepada pembaca. Gitu, mungkin mas Hary bisa nambahin

Mas Hary: yang mana tadi, tentang apa?

Diast: Yang target dari pemberitaan sepakbola nasional

Mas Hary: Yang tadi saya bilang dari awal sih, target kita tu otomotasi yang pasti, pertama pembaca kita lebih focus ke viewers ya, kita harus mencari berita yang benar-bener lagi hits lagi hot lagi yang benar-bener harus dicari, itu yang paling utama sih. Selebihnya yang tadi mas Wiwid udah jelasin sih, saya gabisa ngulang lagi karena nanti malah pemborosan kata hehehe, yang saya bilang tadi, cukup itu sih. Kita focus kesitu

Diast: lalu untuk **strategi untuk mencapai target tersebut kira-kira apa saja?**

Pak Wiwid: emm apa ya, ya sama sih kita jauhi yang SARA dan pornografi dan kita harus tau apa yang sedang naik dan ya itu, kadang ya kita jadi yang paling awal lah dalam membuat berita tersebut. Kayak Shin Tae Yong dan Indra Sjafri tadi, ya kita harus pinter-pinter ini sih, pinter-pinter cari celah, cari informasi, karena itu jadi kebanggaan sendiri gitu. Gitu sih Diast

Diast: oke oke terus **nextnya sumber daya nya apa aja yang diperlukan dalam proses perencanaan ini?**

Pak Wiwid: Sumber daya apa nih? Orang ya?

Diast: iyah bisa

Pak Wiwid: sumber daya ya semuanya sih, dari redpel, wakil redpel, pemred juga, editor dan temen-temen reporter sih paling

Diast: oke, mungkin **nextnya apa hambatan atau kendala yang terjadi di proses perencanaan?**

Pak Wiwid: kalo hambatan sih, kalo menurut saya ya, yang kerasa banget yang ini tim dari sepakbola nasional sama olimpiik. Selama WFH ini, selama covid ini. Karena kan, ya mereka biasanya gampang aja gitu ke lapangan, ketemu narasumber, setiap minggu mungkin ada event, ada pertandingan di sepakbola nasional di Liga 1 Liga 2, banyak banget gitu. Ga akan kekurangan sumber berita, kalo dalam kondisi normal gitu ya, tapi mendadak sejak setaun yang lalu harus berubah, event ga ada, kemudian kumpul-kumpul juga dilarang kemudian narasumber mungkin agak takut ketemu untuk nerima-nerima reporter untuk wawancara lama lama gitu ya. Kalo dari saya sih apresiasi kepada tim ini, sepakbola nasional sama tim olimpiik yang langsung berurusan dengan lapangan gitu ya. Kalo dari desk internasional sih mereka memang udah biasa mengerjakan, istilahnya dari rumah gitu, mereka tidak ke lapangan jarang ke lapangan dan yang terkendala sih yang sepakbola nasional sama olimpiik kalo menurut saya.

Jadi selama setahun ini ya Mas Hary dan temen-temen ya inilah, diperas semuanya gitu, terutama gimana cari solusinya mengakali kondisi kondisi yang serba sulit ini sehingga mereka tetap menghasilkan tulisan-tulisan yang bagus yang mendidik pembaca yang berguna juga buat pembaca. Ya alhamdulillah, setahun ini tetep terjaga lah dari sepakbola nasional sama Mas Hary sama temen-temen.

Diast: oke, cukup. **Terus untuk indicator keberhasilan dari pemberitaan olahraga apa berarti pak Wiwid atau Mas Hary?**

Pak Wiwid; kita pake google analytic sih Diast, kalo di google analytic itu kan ada jumlah page view, kemudian jumlah usernya berapa, page view sih yang jadi ukuran. Kalo page view nya tinggi ya berarti bagus gitu hehehe. Kalo ini ya, kalo untuk tujuan mencari pembaca. Tapi juga kalo saya pribadi juga menganggap bis aitu bagus kalo kita duluan gitu yang ngeluarin isu itu. Ya contohnya soal Shin Tae Yong dan Indra Sjafri, itu ya berani saya bilang yad ulu bolasport yang pertama kali munculin itu. Akhirnya jadi besar, semua orang nulis itu, semua website nulis itu, itu satu prestasi juga yang menunjukkan bahwa cukup berhasil lah.

Mas Hary: Ya yang tadi mas wid bilang, kalo sebuah berita itu bolasport duluan yang naikin lebih duluan ketimbang media olahraga lain kan jadi sebuah kebanggaan bagi seorang reporter ya, artinya mereka tuh, ibaratnya kalo dalam Bahasa wartawan berhasil membobolkan media-media lain lah ya. Kayak semacam kemarin saya nulis berita tentang Sadam PSS Sleman yang batal TC Timnas Indonesia karena di ates Angkatan Udara itu saya coba searching di google, loh kok ga ada, akhirnya coba saya whatsapp nova, asisten pelatihnya, bener ternyata Sadam gabisa ikut TC. Akhirnya diganti sama si Kahar Kalu dari Barito Putera. Lalu beberapa temen-temen media online yang deket sama saya, whatsapp, bilang “bang ijin bagi berita ini dong” “bang boleh ga?” ya itu menurut saya udah jadi kebanggaan ya bagi seorang reporter “yaudah sana, yang penting gua udah naik, berita gua udah naik, ya silahkan”.

Diast: waw menarik ya pak dan mas, sampai bisa whatsapp-an juga sama coach nova hehehe

Mas Hary: Iya Diast, untuk mencari kepastian kami di lapangan pasti berhubungan dengan semua apa ya, semua yang berkaitan lah gitu.

Diast: Baik baik mas Hary, menarik. Kita masuk ke selanjutnya ya, selanjutnya tentang pengorganisasian. Nah **bagaimana sih penyusunan struktur organisasi dan pembagian tugas pekerjaan yang dijalankan bolasport?**

Pak Wiwid: Kalo pemred sama redpel ya, pasti ya ngontrol semua gitu ya, kemudian kalo editor ya selain liputan ya juga itu tadi, mengatur liputan teman-teman seperti apa kemudian pastinya juga mengoreksi artikel, sedangkan reporter ya cari berita, nulis berita. Kemudian kalo, kita juga punya, apa namanya, tim video sama fotografer, fotografernya baru satu sih. Biasanya

fotografer ini ikut ke lapangan, ngambil foto ngambil video kemudian kita juga punya multimedia. Di multimedia itu nanti akan mengelola video, mengolah grafis buat Instagram. Kemudian kita juga punya tim medsos, yang mengurus facebook, twitter sama Instagram. Gitu sih standar sih deskripsi kerjanya Diast.

Diast: oke, mungkin **terus apa yang dilakukan sama redaksi bolasport dalam mengelola sumber daya yang ada tadi?**

Pak Wiwid: ya kita kasih tugas sesuai dengan jobdesknya masing-masing, kemudian kalo misalnya ada kesempatan untuk bisa mengembangkan kemampuan karyawan ya kita lakukan. Ya semaksimal mungkin lah dan tidak menutup kemungkinan berpindah ini ya, berpindah desk, jadi dari desk sepakbola nasional bisa suatu saat pindah ke internasional bisa pindah ke olimpiik. Tujuannya supaya semakin luas lah wawasan dari temen-temen. Bisa banyak medan yang bisa mereka kuasai kalo misal mereka mampu bekerja lintas desk gitu.

Diast: Baik oke pak, jadi ya fleksibel itu ya Pak

Pak Wiwid: iyah fleksibel kalo kita, itu juga biar, biar mereka bisa saling belajar juga.

Diast; oke pak wiwid, mungkin nextnya **bagaimana cara bolasport melakukan pengarahan pada pemberitaan olahraga?**

Pak Wiwid: sorry cobak diulang, apa tadi?

Diast: **bagaimana cara bolasport melakukan pengarahan pada saat produksi pemberitaan olahraga?**

Pak Wiwid: pengarahan ya dilakukan sambil jalan sih, jadi kita udah apa namanya, otomatis gitu jadi kan reporter-reporter itu semua udah dibagi dengan jam gitu yah. Dari satu hari ada yang pagi sampe siang ada yang siang sampe sore, sore ke malam, malam ke pagi lagi, jadi setiap jam itu udah ada yang ngisi itu diast. Baik reporter maupun editornya. Yaudah nenti reporter bikin berita, masukin ke basket, tulisannya artikelnya diambil sama editor terus dikoreksi, dipublish. Gitu terus selama 24 jam, jadi gapernah lowong sih. Pasti ada yang ngisi, stand by gitu ya baik reporter maupun editor. Jadi insyaAllah ya setiap weekend baik itu domestic atau internasional ke cover semua dengan system shift itu.

Diast: oke oke, nextnya **bagaimana cara pimpinan berkomunikasi, memimpin dan memotivasi dalam tim redaksi agar selalu bisa bekerja dengan baik dan mencapai tujuan? Sama contohnya**

Pak Wiwid: Ya sering komunikasi aja, kalo misalnya ada rapat di desk nasional Mas Hary sama temen-temen ya, kalo misalnya ngasih info ya kita hadir gitu sebagai atasan gitu ya, kasih masukan, kasih insight, kalo ada ide ya kita pertimbangkan. Ya gitu, lebih banyak komunikasi sih, kalo banyak komunikasi semuanya bisa jalan gitu.

Diast: oke cukup, kita coba masuk ke pengawasan, **bagaimana cara bolasport melakukan pengawasan terhadap aktivitas kerja dari produksi berita?**

Pak Wiwid: itu kita di system, apa namanya, namanya CMS itu ya, system untuk masukin artikel itu kita kebetulan ada reportnya. Jadi kita bisa tau setiap karyawan itu, kan mereka punya target masing-masing, sehari berapa tulisan, itu kita tercatat sih di system, jadi gampang gitu kita bisa ngontrol. Kemudian ya sama kayak shiftnya juga begitu, kalo misalnya ada yang absen ya langsung tau, “oh ini kok ga ada, kemana” gitu. Tapi biasanya sih diinfokan kalo misalnya ijin sakit atau apa. Jadi kita didukung sama sistemnya ini sih Diast, yang udah ngecatet semuanya sendiri gitu.

Diast: **Terus yang mengawasi sistemnya siapa pak wiwid?**

Pak Wiwid: oiya yang mengawasi system kita punya tim IT, tapi tim IT nya bukan tim IT bolasport sendiri. Tapi tim IT namanya grid ya, kan dalam bolasport network itu dibawah grid. Jadi satu unit di Kompas Gramedia, IT semua website yang grid network itu ditangani sama satu pintu ini, jadi mereka yang bikin sistemnya, mereka yang mengawasi.

Diast: okeh baik pak Wiwid, **lalu nih bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan tim keredaksian? Dan biasanya hal apa saja yang menjadi bahan evaluasi tersebut?**

Pak Wiwid: eh kalo evaluasi ya masuknya koreksi naskah, koreksi artikel kemudian ya dilakukan baik sama editor sama maupun reporter. Kadang saya juga ngoreksi kalo ada judul yang typo misalkan atau tulisan yang keliru itu diulang, dikoreksi di hari itu juga. Kemudian kalo evaluasi kinerja, ya jadi setiap berapa bulan sekali kita evaluasi tu temen-temen gimana ininya, targetnya tercapai ga, kendalanya apa, kita evaluasi terus secara rutin gitu ya. Paling ya 6 bulan sekali lah kalo evaluasi kinerja.

Diast: okay mungkin untuk yang bagian manajemen sementara cukup, kita masuk ke yang jurnalistik olahraga, **mungkin dari ketiga desk nih, nasional, internasional sama olimpiik itu selama ini yang paling besar peminatnya yang mana?**

Pak Wiwid: ehh nasional sih, sama internasional. Tapi itu ya tergantung ini sih Diast, tergantung isu, tergantung event juga. Itu kalo saya ambil contoh ya tadi yang mas Hary jelasin kalo sedang ada isu hangat di Timnas atau ada misalnya pemain Indonesia lagi main di Eropa ada kabar bagus tentang dia, itu pasti naik. Kemudian biasanya ya tadi yang klub-klub tadi, liga 1 juga biasanya bagus viewernya, sama internasional juga begitu, kalo internasional kan banyak ditentukan sama pertandingan ya, kebetulan jalan terus sih kalo di internasional kan. Ya hasil pertandingan tu biasanya jadi andalan gitu ya. Begitu juga olimpiik sih, olimpiik juga sebetulnya kadang-kadang juga tinggi juga, tapi y aitu mereka tergantung event juga, tergantung kondisi juga. Kayak kemarin pas bulutangkis, yang di Thailand itu, itu mungkin

penggemar bulutangkis tu udah kangen banget ya, hamper setahun ga ngeliat pemain-pemain kita main, ya gitu kemarin pas mereka main di Thailand ya bagus, viewsnya banyak kemudian motogp juga gitu kemaren. Sekarang yang lagi mulai nanjak ni UFC sih, dan kebetulan untungnya UFC jalan terus, jadi kita konsentrasi kesana sih. Ya itu tadi, tadi yang dijelasin mas Hary, kita focus ke materi materi yang memang dicari sama pembaca.

Diast: Untuk hasil pertandingan misal, itu gimana caranya tim redaksi untuk mendapatkan hasil dan ringkasan setelah pertandingan. Apa liputan langsung, misalnya kayak badminton tadi ada yang ke venue nya atau bagaimana?

Pak Wiwid; kalo misalnya bisa kejangkau sih kita datangin langsung, kayak Indonesia open atau waktu apa ya, ya Indonesia open yang bulutangkis itu kita ngeliput kesana. Kemudian kalo sepakbola nasional ya kalo liganya jalan kemudian ada TC di Jakarta atau di Solo, itu pasti kita liput. Kalo internasional ya lebih banyak nyari website di luar sih, kalo untuk review pertandingan. Karena kan kita ngirim orang kesana, kecuali kalo beberapa event gede aja kayak piala eropa itu juga baru kita ngirim orang ngeliput langsung. Paling gak ya kita lihat langsung lah pertandingannya.

Mas Hary: eh diast diast, ijin ke kamar mandi dulu ya sebentar

Diast: iya mas silahkan

Mas Hary: ijin mas wid yak

Pak Wiwid: iyah iyah

Diast: oke lanjut aja pak ya, atau nunggu Mas Hary?

Pak Wiwid: Lanjut aja

Diast: okeh, terus apakah ada pemberitaan mengenai kisah-kisah di luar lapangan yang bersangkutan dengan sepakbola? Misalnya seperti kisah atlet, klub atau lainnya. Jika iya, bagaimana cara tim redaksi mengangkat sebuah kisah tersebut?

Pak wiwid: e iya ada, itu juga salah satu ini, salah satu kelebihan kita. Kita ga Cuma, apa namanya, pertandingan ga Cuma actionnya doang tapi juga kejadian kejadian di luar lapangan juga kita liput. Kemarin kita sering selama WFH ini kebetulan kan itu tadi, udah dijelasin, sulit ya untuk ke lapangan. Nah temen-temen nasional punya banyak ide, mereka melakukan Instagram live sama atlet-atlet sama pesepakbola-pesepakbola nasional. Itu kan mereka banyak cerita tu kalo Instagram live kita tanya macem-macem, mereka ya ceritanya juga macem-macem dan sering ceritanya tentang di luar lapangan gitu. Nah itu jadi bahan tulisan juga gitu

Diast: Terus bagaimana cara menampilkan kritik terhadap seorang atlet atau terhadap sepakbola lah gitu? Dan biasanya siapa yang mengkritik tersebut?

Pak Wiwid: yang saya jelasin tadi, kalo emang kita rasa ini ga bener ya kita kritik. Kita gausah taku-takut ya karena kita juga netral gitu ya, kita gapunya kepentingan apa apa, saya yakin temen-temen di lapangan juga kenal gitu ya. Cuma pengen yang terbaik lah buat sepakbola nasional, jadi kalo ada ya itu tadi kayak kasus Shin Tae Yong sama Indra Sjafri ya kita beritain, ga kita tutup-tutupin gitu. Kemudian kalo ada misalnya kasus pemain, apa ya kemarin, yang dugem itu ya heheh. Ya kita kabarin juga, y aitu kan bentuk kritik juga kepada dia “kamu tuh pemain potensial, pemain masa depan, ya dijaga lah”, bahkan udah sampe dua kali waktu itu ya kena kejadian yang sama. Jadi yaitu, bentuk kritik kita seperti itu. Memang dalam pelaksanaannya ga semua orang suka pasti ada juga yang protes gitu, “wa ngapain sih ini”, tapi ya asal kita punya dasar, punya bahan yang jelas, yang bisa dipertanggung jawabkan, gausah takut.

Diast: eh mungkin masuk yang selanjutnya, itu ada standar berita olahraga, **bagaimana tim redaksi memberikan porsi berita kepada tiga desk tadi? Porsinya apakah sama atau berbeda atau gimana? Apa ya tergantung kejadian juga ya?**

Pak Wiwid: sama sih porsinya, sama sih, ga jauh. Tapi ya tergantung ini ya, kalo skuad nya tu agak beda Diast, jadi di nasional agak banyak, di internasional agak banyak, di olimpiik yang agak tidak banyak gitu. Praktis kondisi itu membuat porsi beritanya kayaknya olimpiik sedikit gitu. Tapi kalo dari segi target tulisan sih sama, setiap orang punya target tulisan yang sama. Ya insyaAllah menghasilkan tulisan yang berimbang gitu. Jadi ga Cuma berat ke internasional, ga Cuma berat ke nasional, ga Cuma berat ke olimpiik, tapi seimbang gitu. Semua event mudah-mudahan bisa kita cover, bisa dengan standar yang sama, jadi menghasilkan tulisan yang juga sama bagusnyanya gitu.

Mas Hary: Di kita juga ada ini, sedikit nambahin mas wid, mungkin diast juga perlu tau kan kalo di bolasport tu kan kayak tadi mas wid bilang kalo skuad di nasional itu memang banyak, ada sekitar 6 reporter sama 3 editor. Sementara di internasional juga sama, sementara di olimpiik sekitar hanya 6 orang termasuk editor. Disitu mungkin kita bisa menyeimbangkan berita itu di website bolasport dengan cara dijadwalkan beritanya, artinya Ketika sepakbola nasional bisa naik banyak, sementara olimpiik itu lebih dahulu, misalnya antara sepakbola nasional, olimpiik, sepakbola nasional, mungkin seperti itu. Gamungkin kita ngegeser olimpiik, olimpiik tu ga mungkin kita geser karena emang beritanya sedikit. Kalo kita geser, misalnya jam 2 siang, sementara sekarang baru jam 10 pagi artinya kan kita harus naik jam 11 pagi, gabisa kita digeser sampe jam 2 siang, mungkin kalo sepakbola nasional bisa karena emang skuadnya banyak, 1 orang bisa nulis 8 berita. Seperti itu sih yast, jadi ada semacam pengaturan jadwal.

Diast: oke baik baik sudah cukup jelas. Next masuk ke unsurnya, **tadi kan kisah diluar lapangan ya, kalo sekarang adakah berita tentang sejarah-sejarah dari olahraga gitu? Misal mengenai sejarah liga, sejarah klub atau lainnya**

Pak Wiwid: Kita ada, apa ya namanya, kita di sepakbola nasional tu ada rubrik sejarah hari ini. Itu mungkin contoh yang Diast tanyak itu, jadi tapi lebih ke pertandingan sih, lebih ke hari ini tu ada pertandingan apa yang besar, yang pantas dikenang gitu ya. Ya sama di sepakbola internasional juga begitu. Apalagi waktu awal-awal WFH dulu, kita kan agak susah tu sepakbola internasional berhenti, ya kita bikin modifikasi berita-berita kayak gitu. Kita ceritakan lagi apa yang pernah terjadi dulu dulu gitu ya. Tapi kalo sekarang dengan kondisi sepakbola internasional sudah jalan, jadi internasional udah agak meninggalkan itu. Tapi kalo di nasional sih masih konsisten kalo saya liat, rubrik sejarah hari ini tu masih ada, selalu ada.

Mas Hary: Izin lanjutin sedikit yang tadi mas wid bilang, sejarah hari ini kalo nasional lebih ke pertandingan ya. Kita lebih focus ke Persija, Persib, Persebaya, Arema, timnas Indonesia. Mungkin lebih kesitu ya, kalo misalnya ada sejarah Persiraja lawan Persela Lamongan ya kita gak ya, yang saya bilang pembacanya sedikit. Tapi sekarang gampang sekali ya untuk menulis sejarah hari ini, kadang-kadang media sosial klub itu juga mengupload sebuah momen hari ini ada pertandingan mengenang tahun lalu pertandingan lawan ini lawan ini. Dari situ kita juga lihat, “oh ini ada ini ada ini”, jadi sedikit tambahan juga buat kita ternyata hari ini tu ada pertandingan yang harus diulas dengan baik gitu. Yang menarik itu kalo seandainya Persija sama Persib Bandung, Persib Bandung update, Persija update, udah, itu menjadi hal yang bagus untuk diberitakan, gitu sih. Tinggal buat judul yang bagus, ya baru deh banyak yang kepoin

Diast: semacam on this day gitu ya berarti

Mas Hary: ya betul, he'em

Diast: okay, terus nextnya **gimana pemberitaan sepakbola dari sudut pandang fans/penggemar? Biasanya apa sih yang diangkat?**

Pak Wiwid; Kita punya itu, rubrik suara supporter kalo ga salah ya. Suara supporter ya kita bagi juga porsinya ke liputan-liputan supporter, kegiatan supporter tu apa. Kemarin selama WFH banyak supporter yang menggalang dana misalnya gitu ya. Nah itu juga termasuk kita liput, kita angkat juga tulisannya. Itu tadi, Kembali ke niatan kita yang mau inilah, ikut memajukan sepakbola nasional gitu. Jadi yang bagus-bagus, yang menarik-menarik ya kita naikin, seperti itu. Tapi juga ga menutup kemungkinan ya kita apa namanya, menggarap berita-berita yang kerusuhan atau perkelahian antar supporter juga gak kita tinggalin sih. Walaupun tone nya lebih ke bagaimana ya supaya ini udalah, diberhentiin lah keributan antar supporter.

Kita sama-sama dukung klub, ya dukung yang baik-baik aja. Pokoknya yang supporter ga kita tinggalin, kalo ada yang menarik, yang bagus pasti kita angkat

Mas Hary: untuk supporter, sekarang kan supporter lagi ga ada aktivitas nonton bola, mereka lebih ke turnamen e-sports ya kayak semacam PUBG, mobile legends. Nah dari situ sepakbola nasional tapi jatuhnya ke olimpiak e-sports, ada yang beberapa temen-temen yang nulis juga seperti itu. Kayak kemarin kan ada liga 1 PES yak, yang liga 1 PES yang juaranya PSS Sleman kan. Itu kita ngirim beberapa reporter buat liput itu. Walaupun itu kan sebenarnya artinya games, tapi kan ngebawa sepakbola nasional. Yaudah kita ngeliput kesana, kita tanya tanya, seenggaknya dari situ ada beberapa berita yang bagus, lalu juga dari supporter yang ngadain kayak persebaya kemarin, Persija the jak, bonek ngadain lomba PUBG, dan lain-lain. Jadi kita pasti akan ada berita seperti itu

Diast: lalu menurut Pak Wiwid dan Mas Hary, **apa peran dan pengaruh media dalam perkembangan sepakbola nasional hingga saat ini? Apakah memiliki hubungan yang erat antara satu sama lainnya?**

Pak Wiwid: oh ya berperan banget lah. Itu sangat berpengaruh, dan kebalikannya juga seperti itu.

Diast: oh oke, kalo dari Mas Hary sendiri?

Mas Hary: kenapa kenapa, sorry suaranya putus-putus, kenapa Diast?

Diast: **menurut Mas Hary sendiri, apa peran dan pengaruh media terhadap perkembangan sepakbola nasional?**

Mas Hary: oh, kalo menurut saya peran media itu sangat penting buat sepakbola nasional. Artinya Ketika, Ketika, bentar bentar Diast ada anak gua masih bayi hehe, bentar bentar, maaf map. Ehh kalo menurut saya sih pengaruhnya sangat penting Ketika kita memberikan informasi yang tidak diketahui sama khalayak umum ya. Kayak semacam ternyata ada pemain keturunan Indonesia yang bermain di Belanda ataupun dimana, di informasikan seperti itu. Lalu Ketika mereka membaca sebuah berita, “oh ternyata ada seperti ini”, lalu ada pemain-pemain bagus seperti ini. Kita juga kadang-kadang memberikan masukan kepada direktur Teknik PSSI ataupun ke PSSI, kita menyampaikan, “Pak Iwan, ini ada pemain keturunan yang cukup bagus dari Belanda”. Mungkin mereka juga semacam gatau informasi itu kan. Mungkin kita ke PSSI aja ya, ke Shin Tae Yong, kita ada beberapa pemain keturunan yang ada di Belanda, dan lain-lain yang tidak diketahui sama mereka, karena kan, mungkin mereka juga melihat, oh iya cocok. Kadang dipanggil, kadang engga. Emang sih, mereka cukup senang Ketika dibantu sama media kalo ada informasi-informasi terbaru. Ya itu sih paling yang bisa saya kasih tau sih, ya membantu lah seenggaknya kita membantu pemain. Contoh lagi kayak semacam klub,

Ketika klub membutuhkan pemain berposisi bek sayap, dia pasti akan curhat ke wartawan, nanyak, “punya pemain berposisi sayap ga?” “tahu ga siapa yang bagus?”. Dia akan sharing ke kita, walaupun Sekarang kan klub kan punya akademi ya. Mungkin mereka gabisa lagi minta bantuan ke wartawan kecuali kalo seandainya klub-klub itu membutuhkan pemain asing. Ada beberapa temen-temen wartawan juga yang memberikan informasi kalo “ini ada pemain asing bagus loh pak”. Dan mereka ngelihat dulu, “oh iya bagus, bener, setuju setuju”. Yaudah. Kayak gitu sih yang bisa kita, peran penting kita sih kayak gitu, yang tadi saya bilang, lalu kayak ada pemain yang ga punya klub, kita coba menyodorkan ke klub, “ini ada pemain ini nih, gimana?” seperti itu paling

Diast: ya ya ya ya, berarti memang se berpengaruh itu ya khususnya untuk pemain deh

Mas Hary: Iya yast, kurang lebih sih kayak gitu

Diast: terus nih, **gimana cara bolaspot untuk menjaga kenetralan dalam pemberitaan sepakbola nasional deh khususnya?**

Mas Hary: Oke, kalo ini saya dulu ya mas wid ya

Pak Wiwid: iya iya boleh

Mas Hary: kalo jujur, dulu sebelum saya jadi wartawan, saya ini supporter Persija ya, jujur heheh. Sebelum jadi wartawan saya supporter Persija, dari kecil dari SD lalu sampai akhirnya saya sempet bekerja di Persija juga tahun 2015. Disitu masuk ke superball awal-awal saya harus menghilangkan semacam aura Persija di dalam diri saya kan. Saya gabisa menulis tentang Persib jelek, Persibaya jelek, Persija bagus, dan lain-lain. Kalo seandainya Persija kalah, makanya kan saya selalu diingatkan sama orang-orang senior diatas saya, “jangan pernah nulis berita dengan kata SAYANG, kalo sayang itu berarti artinya elu memihak klub itu”. Contoh misalnya gini, “Marco Simic gagal menendang penalty ke gawang Persib Bandung, sayangnya...” artinya kan ada sayangnya kan. Sayangnya itu artinya kayak sebuah berpihak kepada Marko Simic. Itu dulu awal-awal saya tulis tu, sayang, sayangnya, dan setelah itu saya mikir “gaboleh nih nulis kayak gini” disangkanya kan kita berpihak sama klub, satu klub. Disitu saya mulai terbiasa “oh udahlah, gua gabisa seperti ini, gua harus bener-bener netral”. Abis itu kayak mencoba netral, malah saya berfikir, pengalaman pribadi saya sih, saya berfikir Ketika saya masih menjadi seorang supporter, saya selalu tidak suka sama tim Persib Bandung, Persibaya. Tapi Ketika udah jadi wartawan saya malah akrab banget sama manajemen mereka, artinya Ketika ada rapat sama PSSI dan PT LIB, itu lebih dekat ke mereka. Artinya saya kan harus netral dan sekarang bener-bener udah netral. Persija saya kritik habis-habisan, kayak yang terbaru ini masalah Alfath Fathier kan, yang sama istrinya lagi masalah perceraian, terus saya karena tugas saya editor ya, saya mengarahkan ke reporter, coba deh tulis berita ini, ini ga

bener, masa pemain bola seperti ini. Kalo seandainya saya masih supporter Persija, mungkin akan melarang, janganlah jelek-jelekin pemain, gabaik seperti itu. Seperti itu sih kalo dari saya.

Diast: Pak Wiwid mau menambahkan atau cukup?

Pak Wiwid: ya paling kita control sih. Kalo dari sisi pengawasannya ya kita control. Akan tetapi, ketahuan kok kalo misalnya udah ada kawan yang cenderung membela siapa gitu ya, kalo udah keliatan ga netral ya kita wanti-wanti, ya kita netral, ya boleh misalnya, apa, membela, punya opini membela sesuatu gitu ya dalam sebuah kasus. Tapi kita punya wadahnya sendiri gitu, kalo untuk menyalurkan pendapat pribadi gitu, kita punya yang namanya kolom di website kita. Nah itu kalo kolom, mau ngomongin pendapat sendiri ya silahkan, tapi kalo begitu masuk ke website yang tulisan biasanya ya tolong dicegah yang kayak gitu-gitu

Mas Hary: kalo Diast juga perlu tau, ya sebenarnya di sepakbola nasional isinya supporter semua ya mas Wiwid ya heheh.

Pak Wiwid: iyaa heheheh

Mas Hary: ada yang dari Persebaya, ada yang dari Persib Bandung, ya itu temen kita juga. Ada yang kita mencoba menyampaikan aspirasi, menyampaikan sebuah hal lah ke mereka, “jangan seperti itu ya kalo nulis ya, ibarat “lu Persib nih, apalagi lu baru masuk nih, lu Persib banget coy, lu tinggal di Bandung, lu dulu nulis di website Persib. Pokoknya gua gamau lu bagus-bagusin Persib. Kalo emang bagus ya bagus, kalo jelek ya jelek”, “iya bang siap bang”. Ya seperti itu, yaudah sama hal dengan yang tadi saya bilang, saya awalnya Persija, yaudah. Persebaya juga seperti itu, kalo jelek ya kritik aja seperti itu

Diast: okeh oke menarik, masih ada beberapa ini, lanjut sebentar ya. Mungkin ini sih, tadi kan ngomongin tim juga, ada beberapa tim nasional, **nah itu biasanya kalo ngangkat berita tentang tim atau klub itu berdasarkan apa? Apakah prestasi misal. Atau hasil pertandingan atau transfer atau keributan atau apa gitu?**

Pak Wiwid: ya semua itu masuk sih, itu tadi tergantung situasinya aja, tergantung isu yang hangatnya itu apa kayak kemarin Persib misalnya ya. Persib lagi rame ada beberapa pemainnya diincar klub luar gitu, kita godok disitu. Ya dari kita cari komentar pemainnya, dari bosnya sendiri kemudian dari pelatihnya gitu ya. Jadi ya macem-macem semua bisa masuk. Yang tadi diast sebutkan, bisa transfer, hasil pertandingan, kalo hasil pertandingan udah pasti lah. Kemudian juga preview pertandingan juga gitu, kemudian berita-berita yang lain yang dari luar lapangan juga pasti digarap. Jadi kombinasi semuanya sih, gak tertentu aja sih.

Diast: **Kalo untuk tim-tim yang sering diberitakan tu porsinya yang tadi itu lah ya pak Wiwid dan Mas Hary? Persija, Persib, Arema Persebaya? Iya?**

Pak Wiwid: ya ya betul, karena gini, bukan menyampingkan tim lain, tapi ya karena memang itu kan empat tim beken ya yang kayak saya bilang, jadi secara apa namanya, secara tulisan ya viewer nya tinggi

Diast: oke terus nih, **bagaimana redaksi bolasport dalam menanggapi penundaan hingga akhirnya pembehentian Liga Indonesia kemarin?**

Pak Wiwid: ya kita sebagai bolasport gitu ya, mungkin menunggu aja menunggu perkembangan gimana, kita juga gabisa mendesak semua pihak untuk ayo jalan ayo jalan. Karena kita juga sadar gitu dengan kondisi pandemic ini gimana, angkanya juga tinggi banget gitu ya, belum turun turun, akan ada banyak resiko gitu kalo misalnya kita ikut menyuarakan, terlalu apa ya, ayo dong mulai lagi mulai lagi mulai lagi, itu malah menurut saya nanti akan kurang bertanggung jawab gitu, lebih baik ya kita posisinya lebih menunggu tapi mengharapkan yang terbaik lah. Karena ada otoritas-otoritas yang kalo menurut saya sih

Diast: maaf pak wiwid, putus putus

Mas Hary: putus putus mas wiwid

Pak Wiwid: oh yayaya, saya ulang ya, saya di situasi ini gitu ya, dari kepolisian, dari PSSI, dari PT LIB, pasti mereka juga gamau lah kalo mereka terus-terusan kayak gini gitu, gajelas gini. Mereka pasti juga akan cari jalan gitu, ya kita dukung aja gitu dari sisi medianya. Kalo misalnya PT LIB misalnya kemarin bikin pertandingan simulasi ya kita dukung dengan liputan. Kalo emang simulasinya berjalan dengan bagus, ya kita beritakan dengan bagus. Mudah mudahan apa yang kita lakukan bisa meyakinkan kepolisian untuk memberikan izin gitu

Pak Wiwid: mungkin hary bisa nambahin

Mas Hary: Tadi apa diast pertanyaannya yast?

Diast: **eh bagaimana redaksi bolasport menanggapi penundaan hingga akhirnya pemberhentian liga Indonesia 2020?**

Mas Hary: ya kalo dari kita sih awalnya kan Ketika liga 1 dimulai tahun 2020 kan akhir februari ya sementara Ketika PSSI menggulirkan kompetisi itu bisa dibilang ini sebuah kemajuan ya bagi sepakbola Indonesia, karena di tahun tahun sebelumnya gapernah namanya kompetisi itu digelar tepat waktu bahkan kompetisi kita itu selalu diundur, diundur, diundur. Misal rencana maret, ntar pasti diundur ke April bahkan ke mei. Sementara kalo Diast perhatiin ya, liga 1 2020 ini bahkan kita maju seminggu kick off nya artinya sebenarnya PSSI sekarang ini lebih siap sebenarnya sih buat menggulirkan liga. Tapi sayangnya ada covid, semua jadi buyar. Kalo kita memikirkannya, yaudah mau gimana lagi ya udah menunggu, walaupun sebenarnya sangat berpengaruh juga ke temen-temen wartawan di Indonesia lah, ga hanya di bolasport, beberapa penulisan berita juga bosan aja nulis artikel tentang aktivitas pemain seperti apa lalu Ketika

klub juga Ketika klub juga tidak banyak komentar artinya kan kita harus benar-bener cari berita yang terbaru. Nah kalo soal keputusan PSSI membatalkan liga, sejauh ini ya bagus juga. Akhirnya juga, setuju juga, karena memang tidak ada kompetisi ya lebih baik ya di pindah juga, mau ditaro dimana kalo PSSI malah melanjutkan kompetisi 2020 di tahun 2021, pemain-pemain juga artinya juga klub-klub juga semacam bingung juga, artinya kayak regulasinya seperti apa, jadwalnya gimana. Bagi kami ya, kami tetep menunggu, kalo seandainya memang dimundurkan bulan maret, eh ga mungkin bulan maret sih, kalo dimundurkan bulan juni, ya kami sudah jelas seneng, karena memang ada targetnya juga buat temen-temen wartawan. Kalo pun ada turnamen pra musim dari bulan maret, kita juga ngedukung. Sebenarnya nanti pasti ada dampak juga buat temen-temen wartawan, media dengan cara PSSI Ketika membagi, membatasi wartawan yang masuk dalam stadion.

Diast: okeh, ya memang seperti bom waktu saja ya mas hary dan pak wiwid. Tinggal nunggu waktu aja

Pak Wiwid: iyah betul itu

Mas Hary: ya bener yast

Diast: **Lalu kalo untuk pemberitaan Liga Indonesia sendiri, apakah bisa dibilang turun trendnya atau bagaimana?**

Pak Wiwid: engga juga sih ya har? Engga turun turun banget lah. Banyak berita, apa namanya tetep banyak berita tentang liga Indonesia kayak transfer yang pada ke luar negeri tuh, terus kemarin timnas u19 juga TC kemana mana. Jadi ya tetep banyak sih beritanya, tetep rame lah diast

Diast: eh oke, kita masuk yang ke situasi pandemic ya. Lebih signifikan lagi, **apa sih dampak yang paling signifikan dari pandemic ini terhadap bolaspot? Misal dari system kerjanya yang WFH atau bagaimana?**

Pak Wiwid: yaa itu sih yang tadi saya jelasin sangat berdampak kepada tim sepakbola nasional dan olimpiak karena cara kerjanya udah benar-bener berubah sekarang. Kalo sebelum pandemic istilahnya gampang lah cari narasumber, cari event, hampir setiap minggu ada gitu. Kalo sekarang ya harus memutar otak, harus berusaha lebih keras supaya menghasilkan artikel-artikel yang kualitasnya terjaga tapi dengan banyak keterbatasan. Itu sih yang kita rasakan. Kayaknya sih ga Cuma bolaspot aja, di semua website juga gitu kayaknya. Terkendala sama ga adanya event olahraga, ya liga 1, liga 2, turnamen bulutangkis, basket, voli, hilang semua ga ada semua, itu jelas sangat sangat membuat semua website kesusahan cari berita dan nulis artikel.

Mas Hary: lanjut nambahin dikit ya, kalo dampaknya juga tadi mas wid sampaikan, namun Ketika masih ada beberapa liputan yang diadakan oleh PSSI, Kemenpora membahas masalah kompetisi atau tentang olahraga lainnya. Jadi kita juga kadang-kadang, kita harus koordinasi juga ke mas wid ataupun ke atasannya mas wid. “boleh ga nih kita liput? Dengan adanya pandemic seperti ini”, kadang-kadang ada yang bilang “boleh, silahkan”, ada juga yang bilang “gabisa, gausah”, walaupun beritanya penting gitu. Ya kita sebenarnya, kalo saya editor, saya meminta tolong ke reporter, saya menunggu arahan dari mas wid ataupun dari atasan. Kalaupun seandainya mas wid bilang, “yaudah silahkan, yang penting jaga jarak aja hati-hati”. Yaudah kalo kaya gitu kita yang beritahu sama reporter kita buat yang tadi mas wid bilang, pake masker, jaga jarak bawa hand sanitizer, dan lain-lain. Lalu kebanyakan juga sekarang kalo di Kemenpora ya, di Kemenpora Ketika ada konferensi pers itu media online maupun cetak itu gabisa meliput secara langsung. Mereka diberikan wadah zoom atau google meet buat melihat konferensi pers. Kecuali temen-temen TV ya, temen-temen TV itu bisa meliput secara langsung, itu sih yang agak kesulitan buat kita juga sih. Terus bagi kita sebenarnya kesulitan juga kalo seandainya kita pantau lewat zoom, karena yang pertama kita gabisa menanyakan isu-isu penting yang diluar konferensi pers ya, misalnya konferensi pers tentang timnas Indonesia tapi kita gabisa nanya tentang liga 1. Artinya kan ga ada berita baru buat kita, itu yang sangat-sangat merugikan buat kita. Kadang-kadang kita juga melobi klub-klub, melobi agen pemain, melobi pemain buat zoom bareng sama kita, mereka ada yang mau, ada yang gamau, ada yang susah, makanya kan dengan cara seperti itu, itu sih paling.

Diast: oke oke, **lalu untuk pembagian kerjanya dikala pandemic gini tetep sama atau atau penyesuaian?**

Pak Wiwid: kurang lebih sama sih, ya paling itu sih, WFH itu aja yang membedakan

Diast: oke, **berarti ya kayak pengorganisasiannya tu online semua? Kayak misal rapat redaksi tadi atau rapat per desk per topik tadi tu melalui online atau tetep tatap muka?**

Pak Wiwid: online, online ya har ya?

Mas Hary: online, iya online

Diast: masih online ya, oke

Mas Hary: kita kalo tatap muka seandainya kita ada liputan video ya mas ya? Misalnya ada janji video sama narasumber misalnya nih sama PT LIB, itu kita mengirim, misalnya saya sama reporter 2 orang. Itu kita ketemu, “janjian disini ya jangan dikantor.” Itu baru ketemu. Kalo seandainya ga ada liputan seperti itu, ga ada janji buat wawancara video, ya kita aktivitasnya lewat online

Diast: oke pak wiwid dan mas hary, terus untuk perencanaan nih, **secara garis besar aja deh, kayak target, strategi dan rencana liputan kedepannya tu apakah sama kayak situasi normal? Atau gimana?**

Pak Wiwid; ehmm, ya sama sih Diast, kita tetep memberikan informasi terbaik buat pembaca, menjauhi yang bertema SARA atau pornografi. Ya sama kayak yang saya bilang tadi, gitu sih

Diast: oke oke, **kalo pengarahan nya gimana di pandemic ini? Pengarahan saat produksi?**

Pak Wiwid: eh, ya sama sih. Paling ya kita ingatkan terus, kalo misalnya liputan untuk pake masker, untuk jaga jarak. Kalo liputan lewat online juga untuk selalu diikuti dengan baik. Nanti kita kembangin bareng berita-beritanya. Gitu sih paling. Ya pokoknya apa namanya, yang membedakan dan yang menjadi tantangan tu ya WFH ini sih, jadi pada di rumah semua nyebar, tapi ya tetep kita arahkan, tetep kita awasi. Gitu sih

Diast: **Terus bentuk evaluasi dan pengawasannya gimana? Kalo online gini**

Pak Wiwid: Kalo apa?

Diast: **Kan pada WFH tu, pengawasannya gimana? Kan pada dirumah semua? Atau tetep CMS tadi ya?**

Pak Wiwid: he'eh iya, kan ketauan ya kalo ada yang mau mangkir gitu ya ketauan pasti. Gampang kalo pengawasannya sih. Intinya semua tuh ya kurang lebih sama lah dari perencanaan, sampe apa namanya, pengawasan, evaluasi tu ya hampir sama di covid ini, yang bikin beda ya itu, WFH, jadi system kerjanya aja sih yang sedikit berubah. Kalo semuanya hampir sama lah kayak normal

Diast: hm oke oke, mungkin ini dikit lagi, **pas jeda antara maret sampe keputusan final itu kan ga ada liga tuh ga ada match bola di nasional, nah itu beritanya kebanyakan mengangkat tentang apa?**

Pak Wiwid: tentang kegiatan pemain sih, kegiatan pemain selama WFH ini. Sama ya kita terbantu sama timnas ya, timnas U19 TC kemarin di Spanyol, di Kroasia masih jalan dan itu menolong sekali kemudian ya sekarang apa ya, transfer transfer ya Har ya?

Mas Hary: iya mas wid

Pak Wiwid: banyak pemain-pemain kita yang pergi ke luar dan sekarang malah pemain-pemain muda kita yang banyak lagi ke klub eropa ada si Bagus Kahfi, kemudian si Syahrin Abimanyu

Mas Hary: Kalo bisa dibilang sih sebenarnya sih kalo ga ada kompetisi, pemberitaan tu pasti ada, gamungkin ga ada. Kayak, memang sih kita sebagai seorang wartawan mikir, “waduh ga ada kompetisi nih, beritanya seperti apa, bosan nanyain pemain kesibukannya seperti apa dan lainnya”. Tapi kadang-kadang ada juga beberapa kompetisi yang mas wid bilang, dibantu dengan Timnas U19 ketika TC di Jakarta, beberapa kali PSSI memberikan waktu buat

wartawan meliput, artinya kan sebuah hal yang sangat menambah kinerja bolaspport dan juga temen-temen lain ya seperti itu sih

Diast: ya mungkin next ini bisa jadi terakhir sih. **Kan tadi kan pas penundaan ya, nah ini kita pas setelah diberhentikan, Ketika berita resmi dari PSSI akhirnya keluar, awal tahun kemarin, nah itu trend pemberitaannya di bolaspport gimana? Apakah pembatalan tersebut jadi berita utama terus atau gimana?**

Pak Wiwid: oh iya, pasti jadi berita besar itu kemarin. Udah lama ditunggu tunggu itu kan, keputusannya kayak apa. Sejak bulan maret itu kan, istilahnya kayak digantung terus gitu, sempet mau main oktober, November, bahkan klub-klub juga kayaknya udah beberapa udah siap-siap, udah berangkat ke Jogja waktu itu tapi tau tau ga jadi, itu ya pasti jadi berita besar lah dan kayaknya ya memang udah waktunya lah, mungkin udah lebih baik melupakan 2020 dan supaya lebih siap lagi di 2021 gitu dengan segala keterbatasannya.

Diast: Kalo mas Hary gimana?

Mas Hary: oke, kalo yang Ketika PSSI memutuskan membatalkan kompetisi tu sekitar bulan Januari tanggal 17 atau tanggal 20. Ya bagi kami sebenarnya emang, bagi temen-temen bolaspport emang pembahasannya udah pasti bakal dibatalkan ini, udah ketebak kok jalannya seperti apa. Sebelum PSSI memutuskan itu kan banyak banget klub yang memberi masukan ke PT LIB. Ketika rapat tanggal 15 Januari bilang bahwa liga 1 lebih baik dibatalkan saja, mungkin PSSI memandang seperti itu dan bagi kami ya keputusan yang tepat. Kami ga bisa “sayang banget dibatalkan”, ya engga lah. Yaudah emang jalurnya seperti itu dan tentu saja Ketika PSSI membatalkan itu, kita kembangin beritanya y, kita nanya ke klub, klub-klub ngasih tanggapan, pemain juga. Kebanyakan pemain dan klub itu juga setuju ya dengan keputusan dari PSSI, artinya y akita mendukung apa yang disampaikan klub. Seperti itu sih, jadi kita gabisa memaksa, tidak seperti itu.

Diast: okee, mungkin terakhir aja sebagai penutup dan pengen tau dari pak Wiwid dan Mas Hary, apa harapannya buat liga nasional kedepannya?

Pak Wiwid: ya kalo saya mudah-mudahan berjalan lah tahun ini, kayaknya udah kelamaan gitu vakumnya, hiatusnya. Tapi ya merugikan banyak orang gitu kalo kita ga ada liga, kompetisi ga ada kemudian ya ga Cuma dari pelaku sepakbola, tapi juga orang-orang yang cari uang di sekitar sepakbola lah, dari pedagang di stadion, penjual kaos, penjual merchandise itu kan juga merasa kehilangan gitu. Ya mudah-mudahan secepatnya lah. Tapi itu tadi, gabisa dibantah juga situasi pandeminya belum turun sih, jadi agak susah juga nih untuk berharap gitu ya. Ya mudah-mudahan nanti vaksin udah meluas, semua udah tervaksin dan mudah-mudahan di semester kedua lah. Kayaknya sih paling dekat sih semester kedua sih mulai lagi. Mungkin

setelah lebaran kali ya, satu bulan dua bulan setelah lebaran. Yang jelas harus jalan lah liganya kalo menurut saya, tapi tentu saja berjalan dengan protocol Kesehatan misalnya ya. Ya dijalankan dengan tanggung jawab lah, tanggung jawab dari semua stakeholdernya.

Mas Hary: kalo saya sih sama dengan mas wid, saya sangat berharap banget kalo sepakbola nasional tu bisa berjalan lagi ya. Mau itu bulan maret turnamen pra musim dulu, tentu kami sangat berharap bisa berjalan kan. Kasihan juga pemain, kasihan pedagang yang ada di stadion ataupun penjual-penjual merchandise dan juga kami wartawan yang kesulitan cari berita tentang hasil pertandingan dan juga kami tetep berharap bila digulirkan lagi artinya protocol Kesehatan juga tetep harus berlaku ya. Saya sih percaya kepada Polri setidaknya memberi kesempatan terlebih dahulu kepada PSSI untuk menggulirkan kompetisi, dicoba dahulu, kalo ga dicoba kan kita mungkin gatau. Kalo Polri takutnya nanti supporter dating, y aitu kan udah petugas keamanan, Polri juga harus bisa memberikan sebuah apa ya, semacam harus turun tangan terlebih dahulu Ketika ada supporter. Tapi juga supporter juga, beberapa supporter juga sudah paham, kepala-kepalanya yang berharap kompetisi bergulir artinya dengan adanya kompetisi ini juga sangat berpengaruh juga pada level permainan pemain Indonesia dan berpengaruh juga pada timnas, apalagi kan SEA Games sebentar lagi tahun 2021 target emas, logika aja ga ada kompetisi bisa dapet emas, sangat aneh. Artinya kompetisi juga membantu Shin Tae Yong untuk mencari pemain dibawah U22 buat ke Sea Games nanti. Kalo ga ada kompetisi ya Shin Tae Yong pusing juga, ga ada kompetisi, target emas gimana caranya. Itu sih yang saya sampaikan sih.

Diast: okeh, mungkin untuk pertanyaan sudah cukup Pak Wiwid dan Mas Hary. Ya terimakasih sebanyak-banyaknya buat Pak Wiwid dan Mas Hary sudah menyempatkan banyak waktunya ini untuk menjawab pertanyaan saya

Pak Wiwid: ya sama- sama Diast, kami senang juga bisa berbagi

Mas Hary; sama-sama Diast, kalo ada apa-apa whatsapp lagi aja, insyaAllah dibantu

Diast: siap mas, kalo ada apa-apa nanti saya hubungi lagi ya mas

Mas Hary: oke oke, gampang yast

Transkrip Wawancara Detik.com – Kris Fathoni (Redaktur Pelaksana Detiksports)

Pak Kris: Oke ini sudah mulai record

Diast: ya, mungkin saya awali dulu ya pak Kris ya

Pak Kris: Siap

Diast: Assalamualaikum wr.wb, selamat sore buat Pak Kris, perkenalkan dulu., mungkin pertama perkenalan ya dari saya dulu terus nanti dari pak Kris, nama dan jabatan mungkin. Jadi

nama saya Muhammad Diast Reyhanrafif mahasiswa Ilmu Komunikasi UII Angkatan 2017, disini ingin bermaksud mewawancarai pak Kris perihal skripsi saya untuk menjawab pertanyaan menyangkut skripsi saya, seperti itu. Monggo mungkin pak Kris bisa perkenalan

Pak Kris: Oke singkat aja ya mas Diast. Saya Kris Fathoni Wibowo, saya sekarang redaktur pelaksana di detiksport. Saya di detik.com itu dari 2006, terus udah pernah di detiknews kemudian olahraga ke sport, kemudian juga detik I net, detik travel dan sekarang balik lagi ke detiksport. Demikian kira-kira

Diast: oke, terimakasih pak Kris. Mungkin langsung saja ke daftar pertanyaannya

Pak Kris: okeoke

Diast: Jadi sebelumnya, judul skripsinya itu adalah manajemen redaksional media olahraga dalam pemberitaan penundaan kompetisi liga sepakbola nasional tahun 2020. Nah di daftar pertanyaan ini ya cukup banyak, karena dibagi menjadi tiga, yaitu manajemen redaksi media dalam memberitakan sepakbola di situasi normal, secara umum lah, terus yang kedua itu dalam situasi Covid, nah di situasi di covid itu juga dibagi menjadi dua yaitu sebelum adanya keputusan PSSI dan setelah adanya keputusan final PSSI kemarin itu. Seperti itu. Mungkin langsung mulai ya pak lah

Pak Kris: siap siap

Diast: Pertanyaan yang pertama itu mengenai struktur, **bagaimana struktur organisasi yang berlaku dalam redaksi detik?**

Pak Kris: oke ee, kalo bicara struktur, sebenarnya detiksport itu karena kita punya dua, apa istilahnya, bukan sub-kanal juga sih, dua kanal sebenarnya. Ada yang sepakbola, itu murni sepakbola dan satu lagi diluar sepakbola, which is didalamnya ada motogp, ada bulutangkis, ada F1, tenis, segala macem non bola pokoknya. Nah kita crew sekarang 13 orang, kita harus membagi itu semua. Untuk saat ini sih, sebenarnya yang kita fokuskan untuk pemberitaan sepakbola nasional itu ada 1 di lapangan, sorry ee 2 di lapangan untuk saling mem backup, 1 redaktur bola nasional, sama yang lain itu kita terus ini sih, terus tektokan untuk organisasi karena alhamdulillah sekarang ini, banyak temen-temen detiksport sekarang yang cukup melotot olahraga sepakbola nasionalnya. Kalo dulu agak sulit gitu, karena tahu tapi ga terlalu dalem lah istilahnya. Jadi kalo bicara struktur sebenarnya itu dan secara general kalo dulu itu, yang dua orang ini, yang saya bilang 2 orang tadi, 2 orang ini di lapangan saling nge backup. Yang 1 itu lebih ke ngulik-ngulik ya istilahnya ya, ngulik-ngulik hal-hal yang apa ya, lipsus lah. Kita arahkan untuk focus ke lipsus sebenarnya, lipsus untuk mengulik lebih dalam apa sih isu-isu yang belum kelihatan di permukaan kita coba pengen mainkan waktu itu, sebelum ada covid ya. Soal juga supporter, karena saya melihat antusiasmenya kan luar biasa sepakbola

nasional ini termasuk soal supporter tadi, kita pengen bicara lebih dalam sebenarnya soal itu, saya masuk megang detiksport itu. Tapi ya agendanya agak, agak hehe, bukan agak lagi sih, sangat terbengkalai karena covid ini. Tapi kalo bicara strukrur kira-kira demikian sih, dari detiksport ada dua cabangnya, sepakbola dan non-bola. Sepakbola nasional tadi ada masuk di sepakbola, kita paling tidak memiliki 2 reporter lapangan, 1 redaktur bola nasional. Kira-kira gitu sih

Diast: Oke, **jadi yang membedakan di rubrik nya ya 2 itu ya? Sepakbola dan non sepakbola?**

Pak Kris: betul, secara umum ya. Walaupun kita sebetulnya punya 1 lagi namanya about the game itu lebih ke pengayaan sih, ngomongin soal strategi dan sebagainya macem macem, Cuma itu, ini cerita lain hari lah mungkin hehehe

Diast: heheh iya iya oke, oke mungkin nextnya, **bagaimana cara stuktur keredaksian media detiksport dalam memunculkan inovasi? Baik secara eksternal maupun internal?**

Pak Kris: oke, ee kita pertama-tama mungkin eksternal kali ya, kita, saya pribadi sih selalu meng-encourage temen-temen untuk melihat, melihat bukan Cuma, apa yang dilakukan tetangga, media-media lain, tapi juga apa yang ada di media sosial, yang ada di media luar, apa namanya, ga melulu soal media konvensional tapi juga media sosial, didalam dan diluar. Dari situ kadang-kadang kita tergelitik, “wah ini lucu juga ni, ni seru juga nih, ni bagus juga nih, kayaknya bisa ga ya diginin di detik.com”, jadi sebenarnya sih bukan Cuma bicara pada scope detiksport aja, tapi secara umum sih, gini kasarnya, sering-sering deh main keluar, liat-liat diluar ada apa, siapa tau nanti pas lo balik ke dalem, lo bisa cerita, lo liat apa aja diluar, mau yang jauh mau deket, lo main sejauh-sejauhnya itu enak justru, lo bisa liat banyak hal, pasti lo dateng kesini, kita ngobrol. Ada apa aja sih disana, apa yang mungkin kita bisa terapkan disini, apa sih yang secara realistis bisa dilakukan dalam waktu dekat untuk memperkaya organisasi kita, terus kemudian kalo tidak bisa dilakukan dalam waktu dekat, kira-kira potensial ga sih kalo dilakukan, let’s say 5-10 tahun kedepan atau kejauhan sih ya kalo bicarain itu, mungkin 3, 5 tahun kedepan. Ya itu secara teoritis kayak gitu yang kita lakukan, walaupun sebenarnya kalo dalam organisasi besar kayak gini, keinginan kita kadang-kadang harus berkompromi dengan divisi-divisi lain yang ada di dalam organisasi kita, nah itu eksternal. Kalo internal, balik lagi tu tadi, saya selalu berusaha untuk ngobrol lah kita ngobrol, walaupun mungkin jarang juga ya sekarang kalo lagi pandemic gini, pake daring gini saya kurang srek sebenarnya hehehe, lebih enak tuh ngobrol langsung gitu lho, sambil ngopi, sambil makan pisang goreng, itu ide ide liar tu pasti keluar disitu, dari situ, dari obrolan chit-chat kecil itu ditambah yang tadi saya bilang, dari eksternal kita lihat ada apa saja di sekeliling kita, terus kita ngobrol di

dalem secara internal, itu biasanya ketemu gitu kan. Selain itu juga dari redaksi itu kan kita, seperti apa sih gambaran tren diluar, di media-media luar, kayak gimana. Terus juga perbandingan dengan, apa namanya media-media lain yang memiliki kesamaan yang kira-kira apple to apple dengan kita tu kayak gimana sih trendnya. Dari situ sih kita coba meramu, yang tadi saya bilang, kira-kira apa yang bisa kita lakukan dalam waktu dekat, apa yang bisa dilakukan tapi mungkin agak jauh dan apa yang sekiranya agak kurang cocok dengan karakter detik. Kira-kira begitu sih

Diast: oke, pak Kris tadi sempet menyinggung ni soal media lain, **apa sih yang membedakan redaksional detik dengan media lain misal?**

Pak Kris: nah ini agak agak sulit ya, sebetulnya kalo mau jual kecap banyak hal sih, banyak yang membedakan, pasti beda segala macem. Tapi apa ya, ya bukan jual kecap juga pada akhirnya, detik itu pada akhirnya adalah sebuah media online pionir, otomatis kita harus selalu didepan, apa yang orang berpikiran, harus sudah kita pikirkan. Pada tataran ideal, harusnya seperti itu. Jadi kalo bisa saya gambarkan, ni keluar sedikit dari detiksport ya, detik.com itu sudah sekian taun lalu punya namanya detikTV dulu namanya, 2007, 2008, Pak Nara tu pasti tau. Detik TV yang kemudian menjelma jadi 20detik. Jaman itu orang belum lazim orang terus-terusan menggenggam gadget di tangannya, tapi kita sudah punya produk itu. Ya walaupun pada perjalanannya ada kendala ini itu dan emang ini sekarang ni lagi booming banget video di tangan, kita juga coba, apa namanya, membangkitkan Kembali, sudah sangat luar biasa ini temen-temen 20detik. Tapi ya itu gambaran bahwa sebenarnya detik.com ini ya ruh nya dari situ, kita harus melakukan sesuatu yang orang lain belum terfikirkan, apa yang bis akita lakukan, apa lagi, whats next whats next. Jadi ga bicara, harusnya idealnya ya ini kita yang lain-lain pada begini, kita belum, harusnya tidak seperti itu idealnya dan kita sering juga sih brainstorming, “ni apa lagi sih, detik.com mau ngapain lagi sih?”. Nah kayak sekarang ni di detik.com punya program sih namanya detik.com do your magic, ini berangkat dari medsos. Apa sih dulu, twitter do your magic ya, jadi ada pembaca, pengguna detik.com menemukan masalah di sekeliling mereka, kemudian kita serap masalah itu ada apa, kita coba dalami dan bukan Cuma berhenti sampe situ, bukan Cuma masalah, ni berlaku semua seluruh detik.com, bukan Cuma memberitakan fenomena dan masalah apa yang terjadi, tapi kita juga coba mencari solusi, itu kita ini tu, kita. Jadi media bukan Cuma rame ramein doang, riding the wave, tapi juga, terus apa, jadi kalo udah begitu tu apa, kita sebagai media, fungsi media adalah itu tadi, memberikan solusi dan itu juga harapannya sih semangat detik.com do your magic itu juga akan kita terapkan perlahan-lahan di seluruh kanal-kanal detik.com, jadi kalo saat ini misalkan jalan-jalan rusak, infrastruktur, masih main disitu, besok bisa jadi misalkan apa, tiket

di sepakbola ya “saya susah ni kalo dapet tiket, ini ada apa ya”, mungkin nanti kita bisa tu main disitu kan, kita Kerjasama dengan kepolisian, yang masalah oknum dari mana dan siapa itu terlepas lah ya. Tapi maksudnya adalah, yaudah kita melihat fenomena itu yang merupakan suatu tradisi ya kalo masalah tiket. Kita juga tolong carikan solusi, misalkan “oh susah cari tiket, yaudah nih, mungkin masalahnya begini nih, ni ada oknum” misalkan. “ini gimana caranya? Yaudah kita coba ke ticketing ya, tolong dong beresin” segala macem. Kita kawal dari A sampe Z, itu belum, itu masih dalam benak saya sih, tapi kira-kira demikian sih.

Diast: oke oke, jadi ya banyak ya sebenarnya yang membedakan dan banyak juga yang sudah direncanakan?

Pak Kris: iyap, kira-kira seperti itu

Diast: oke, mungkin next **gimana proses produksi dari awal sampai sebuah berita itu dikatakan layak di publish?**

Pak Kris: eee, pertama tama sih berangkat dari ini dulu ya, kita saat ada teman baru, ada personil baru, personil tersebut belum bisa berinteraksi terlebih dahulu dengan namanya CMS. CMS itu mesin untuk naikin, ngeposting lah ya istilahnya. Jadi by email, atau jaman dulu itu by phone segala macem nanti akan diracik, diramu sama temen-temen dikantor, penulis lah. Dari situ kita mulai perlahan-lahan, step by step ngasih arahan, misalkan laporan nih ya, jaman dulu saya tu kan waktu masih reporter lapangan “siapa yang ngomong, ini kejadiannya dimana, ada masalahnya apa, ngomongnya apa?”, nah itu perlahan-lahan kita coba mengajarkan apa kaidah jurnalistik, tu 1. Kedua juga kita selalu menanamkan “eh nanti setelah berita lo naik, jangan lupa lo baca, elo bedakan dengan laporan lo atau dengan Tulisan awal lo bedakan, lo lihat. Ada yang ga srek, ada yang lo bingung bisa tanyakan”. Jadi kita membentuk juga cara mereka memahami, apa ya, memahami substansi yang mereka dapati di lapangan menerjemahkan ke dalam tulisan, merangkainya menjadi sebuah tulisan yang utuh. Ni proses juga belum selesai, setelah itu mulai akan dibiasakan menulis. Ketika sudah oke, baru bisa masuk ke system CMS. Kita system pulling sih, jadi setelah di CMS itu kita belum akan publish beritanya. Jadi biasanya akan di cek terlebih dahulu oleh redaktur, setelah redaktur itu ada wakil redpel atau redpel, kalo di detiksport redpelnya saya gitu ya. Jadi ada filterisasi yang sebenarnya sih juga bertahap sih, gitu

Diast: oke oke, **berarti tadi melibatkan reporter, redaktur dan redpel ya? Dalam membuat berita?**

Pak Kris: iya kira-kira betul, kira-kira begitu

Diast: okeh, nah **gimana informasi itu didapatkan oleh reporter? Apakah liputan langsung atau mengolah dari sumber tertulis yang telah ada gitu? Apa tergantung situasi atau gimana?**

Pak Kris: ee Sekarang itu sih pada dasarnya sangat cair sih ya, sumber informasi bisa dari mana aja. Misalkan tadi, apa, liputan langsung, sumber tertulis lain atau bahkan malah medsos, Cuma bagaimana, nah kalo kita di detik sih sebenarnya kita biasakan, lagi lagi secara umum ya, secara umum di detik.com, kita biasakan jangan mentah-mentah mengolah informasi, baik itu yang ada di lapangan, baik itu yang ada di media lain maupun di medsos, terutama di medsos. Kita coba, apa ya, kalo di lapangan jelas yang tadi saya bilang, reporter misalkan dapet info ini, kita akan pastikan yang tadi tu, “ini gimana ceritanya kalo kita belum ngerti, ini kok begini, kemarin katanya begini, kok lain lagi topiknya kenapa sekarang berubah lagi”. Kalo ada yang sedikit meragukan selalu kita pertanyakan, di media lain juga ya kadang-kadang kita bingung juga bacanya, kita krtisi jadinya. Harus ini sih, harus orang yang me maintain yah, artinya kalo tadi dalam sepakbola nasional, kebetulan ada redaktur bola nasional, dia yang akan memantau topik-topik terkait itu, jadi kalo ada sesuatu hal yang aneh dari lapangan ataupun di media lain itu langsung kita diskusikan dari redaktur it uke wakil redpel atau ke redpel atau reporter “ini gimana kok bisa gini, kok beda?” misalkan. Nah kalo bicara di medsos tadi itu lebih-lebih sih, medsos kita anggap sebagai pantulan sebenarnya. Jadi, banyak settingan yah sekarang di medsos sebenarnya sih heheh, jadi memang sebagai info awal itu luar biasa kalo medsos karena semua orang ber medsos, semua orang bisa menjadi sumber informasi, Cuma informasinya yang seperti apa. Kita tugasnya memang sebagai apa ya, sebagai koki, peracik, tapi juga kalo bahan yang kita terima nih “kok kayaknya bahannya busuk, kita cari tau nih bahannya kok bisa begini, kenapa kok seperti ini”. Jadi eee apa ya, ya kalo sumber informasi sebenarnya dari mana aja kita bisa jadikan itu paling tidak pantulan, informasi awal yang kemudian bisa kita gali lagi kebenarannya, keabsahannya dan bahkan kita kembangkan terus

Diast: oke Pak Kris lalu **kalo liputan di masa pandemi gini nih, itu gimana? Apakah ada pembatasan atau semuanya jadi daring gitu?**

Pak Kris: ee iya iya tentu saja harus menyesuaikan dengan protocol Kesehatan, kalo turun langsung ya pake masker segala macem, 3M lah. Tapi juga terkadang kita diminta untuk meliput kegiatan-kegiatan yang online atau daring. Jadi nanti masuk ke zoom, kita dikasih kesempatan untuk bertanya, gitu sih paling. Jadi ya bisa dibilang memang jadi terbatas banget, semua mua jadi eee dialihkan ke zoom gitu kan

Diast: okeh lalu kita ke kebijakan pak Kris, **kayak apa aja sih faktor untuk berita itu layak dimuat atau tidak? Terus bagaimana dalam menentukan sebuah isu atau peristiwa? Apa saja pertimbangannya?**

Pak Kris: ee sebenarnya sih, saya pribadi gini sih, sebenarnya sebagai jurnalis itu kita harus punya sensibilitas, punya apa ya, Bahasa Indonesia nya apa ya hehee, punya pertimbangan khusus lah misal, kalo seandainya sih. Pada dasarnya semua informasi itu adalah berita, basically like that gitu. Cuman informasi yang seperti apa yang kemudian layak, nah itu pertanyaannya berikutnya. Jadi mungkin misalkan, ada seseorang yang meninggal misalkan, kita ga akan mungkin memberitakan, misalkan, “ini dulu sebelum meninggal dia suka mabok mabokan, dia suka main perempuan” misalkan. Itu ga apa ya, ga etis gitu, walaupun sebenarnya itu informasi, mungkin orang akan ada yang pengen tau, “wah ternyata sih almarhum dulu hidupnya begini”, bisa ada yang pengen tau, cumin soal etika sih, etika pemberitaan yang seperti itu. Eh itu ga dapet sih kalo untuk sebuah media mainstream terutama ya, kita juga terikat sama undang-undang siber yang kayak gitu bisa di dijadikan masalah buat kita, walaupun sebenarnya kita juga ga tutup mata sih, ada lah, ada yang kayak gitu gitu tuh diberitakan, ada. Tapi pada dasarnya itu penting, sebenarnya pentingnya sense of journalist itu juga gabisa, setahun dua tahun pun mungkin akan susah ya, perlu jam terbang untuk melihat apakah berita ini layak atau tidak. Terus setelah itu ya tentu saja balik ke pedoman siber tadi. Pedoman siber itu, berita mana mana saja yang sekiranya bisa dan tidak, bahkan kadang-kadang pun saya tidak ini juga sih, kadang-kadang kita saking semangatnya memberitakan, temen-temen ada yang lupa misalkan, di detik.com ya, lupa misalkan “oh ada foto, foto jenazah lupa di blur gitu”, itu juga kita saling ingatkan, karena yang kayak gitu ya tidak pantas sebenarnya. Tidak layak untuk dimunculkan. Tapi ya semua sih informasi sih, cumin bagaimana menyesuaikan dengan sense tadi dan sebenarnya layak atau engga nih abu-abu, menarik sih sebenarnya, daerah abu-abu yang mana tidak semua media saya pikir akan menaati itu yang tadi saya katakana yah, saya juga suka heran gitu, loh yang kayak gini kok ditampilkan gitu lho. Itu sangat abu-abu sih kalo secara general di media saat ini

Diast: Begitu? Oke baik baik pak Kris. **Kalo untuk menentukan sebuah topik, isu atau peristiwanya gimana pak Kris?**

Pak Kris: oh iya ee, satu, pasti yang ini sih, yang lagi happening di sepakbola nasional saat ini apa, ya “liga 1 mulai”, kita buat beritanya dari bahkan pemanasan, ujicoba, terus persiapan tim sampai pembukaan dan segala macam kita kulitin habis. Kedua, apa namanya, lagi rame ya terus juga, menyangkut kepentingan orang banyak sih. Seperti tadi misalkan, calo ya, calo kita beberapa kali sering sekali tu menyoal masalah calo, walaupun ya ini ya, masalah klasik yang

belum ketemu solusinya, tapi itu menyangkut masalah kehidupan orang banyak tuh. Terus juga masalah, kalo dalam scope bola nasional masalah ini sih masalah kemakmuran, kesejahteraan pemain, gaji pemain yang sering kali juga tertunggak di bola nasional. Itu juga bagian dari ini kita sih, “ya gabisa gini dong, ini professional lah kasian”, apalagi beberapa kali kan ada yang sampe mati ya, sampe meninggal, tu ini banget sih rasanya, wah ini gabisa nih, semangat jurnalisnya langsung “wah ini harus kita bombardir ini”, kita ramein lah ini gimana caranya dari A sampe Z. misal kalo kita ada liputan, liga 1 mau mulai misal atau dari medsos ada berita yang lagi hangat, ya secepat mungkin kita harus jadikan itu menjadi berita supaya tetap hangat lah istilahnya, fresh from the oven, ya kira kira sih itu apa yang lagi rame, ya kita hidup di, media kita udah masuk ini ya udah masuk industry kan, mau tidak mau harus yang rame walaupun tetep ada kompromi, ramenya soal apa dulu nih, kalo ramenya diluar dunianya kita, kita ya masukin ke kanal yang lain misal ataupun kalo kita buat, yaudah kita buat, tapi tidak terlalu menyangkut-menyangkut tidak mengulik kedalem dalemnya banget, tapi tetep kita buat, ya karena itu lagi rame. Eee SEO juga kan, SEO itu jadi pertimbangan juga sekarang, masuk ke ini nih yang lagi rame sebetulnya, lupa saya, kadang-kadang ada pertimbangan-pertimbangan khusus dari SEO, karena sekarang, apa ya, semua orang hidup dalam algoritma kayaknya, apa yang orang cari di handphone akan trending, akan muncul di feeding kita bahwa dari tim SEO itu “wah topik ini sedang dicari”, jadi kadang-kadang kayak misalnya ukurang lapangan sepakbola, ya kita agak bingung juga kan, ukurang lapangan sepakbola, kita mau nulis apa gitu, karena biasanya kita menulis apa yang dilakukan Neymar di lapangan sepakbola, bukan ukuran lapangannya, gitu kan hehehe. Tapi ya itu tadi, bagian dari komprominya adalah kita punya tim SEO, kita punya tim penulis SEO, yaudah kita tektokan, oke lagi rame soal lapangan sepakbola, oke kita kasih datanya atau mungkin kita ramu lagi misalkan kayak bawa-bawa Neymar lah, bawa-bawa apa lah, ya kita utak atik aja gitu sih. Ya tantangannya lebih besar sih sekarang kalo ini, kalo, apa yang mesti diberitakan. SEO tu factor yang sangat besar sekarang dan mungkin akan bertambah besar karena kecenderungannya sekarang kalo saya ini ya, kalo boleh saya berpendapat kebanyakan orang Cuma akan membaca apa yang suka dia baca, kebanyakan orang Cuma akan mencari apa yang ingin dia cari, kita sebagai media mau tidak mau ya bagaimana menjembatani antara kebutuhan, ego, keinginan kita sebagai jurnalis olahraga, dengan menjembatani gimana caranya dengan kebutuhan pembaca dari semangat, ego, keinginan kita, perlu ada titik temu dengan kebutuhan user, apa yang dicari user. Karena, kayak misalkan rame lagi shoppee liga 1 lanjut, misalkan nanti ya, tapi yang rame misalkan Neymar kawin gitu kan, Neymar kawin sama siapa gitu ya, mau gamau harus ada kompromi, yang tadinya kita mungkin bisa porsinya Liga 1 80% yang lain 20% misalkan porsi

pemberitaannya. Tapi karena lagi ada happening yang lain, ya kita akan bagi lah gimana caranya biar yang lagi rame dapet, yang lagi dicari orang di SEO itu juga dapet. Gambarannya kayak gitu

Diast: oke, oke oke lalu bagaimana, mungkin mirip yang tadi sih, **bagaimana kebijakan detiksport dalam menentukan siapa yang akan menjadi sumber berita?**

Pak Kris: Oke, mirip dengan yang tadi ya. Pada dasarnya semua orang bisa jadi sumber pemberitaan kita, Cuma orang yang mana yang bisa kita jadikan narasumber, itu pertanyaannya. Jadi misalkan, taruhlah ada si A misalkan menyangkut soal sepakbola nasional, pemain misal “oh ini si pemain sepakbola ini tarkam” misalkan, oh ada begini, oke, dari situ kita akan melihat, kita bisa langsung ngehubungin pemainnya, kita akan lihat dulu kenapa bisa dia main tarkam kayak apa ya, kita bisa ngehubungin timnya, atau mungkin ke PT LIB nya, kok si ini bisa sih main tarkam, emang keadaan di klubnya gimana atau kejelasan liganya gimana. Gitu sih. Mungkin lebih kayak gini juga sih ya, ulasan ulasan kita sih biasanya, bahwa ditengah kompetisi, konteks ini konteks pemain tarkam ini, ditengah vakumnya kompetisi bla bla bla, ini pemain dikabarkan tarkam, tidak Cuma 1 2 bla bla bla, kita masuk terakhir untuk penutup ke PSSI atau PT LIB bahwa ada fenomena pemain katanya tarkam, si ini tadi sudah membantah, si klub membantah misalkan. Tapi ada yang rame di medsos si ini tarkam, nah ini dari PSSI dari PT LIB gimana usahanya untuk apa namanya, mungkin usahakan agar kompetisi bergulir lagi, mengusahakan agar kesejahteraan pemain bola tidak, tidak terlalu berdampak, ya gitu sih kira-kira. Jadi yang biasa kita lakukan seperti itu sih, jadi dari medsos misalkan dari sumber-sumber mana yang akan sulit kita kutip secara langsung kita jadikan pantulan berita untuk mengembangkan. Kita jadikan itu sumber informasi awal sih, apa ya, sumber informasi awal yang kemudian ya harus kita kembangkan. Begitu sih kira-kira

Diast: oke Pak Kris, eh terus **bagaimana kebijakan detiksport dalam menentukan Teknik liputan?**

Pak Kris: Teknik liputan ga ada yang gimana gimana sih. Misal gini deh, ada seorang fresh graduate yang masuk detiksport, jadi dia akan liputan pertama kali misalkan, kita biasanya taruhlah katakan yang tadi itu anak baru, bener-bener fresh, kita ga akan langsung taruh dia di lapangan untuk liputan, kita akan taruh dia di kantor, kita kasih, kita tanya “gimana, ini udah ini, waktu liputan dah berapa kali?” misalkan dulu mungkin pernah magang misal. Terus kalo dia sudah kita izinkan untuk liputan, lalu kita lihat apa yang terjadi, apa yang ada disana, standar, terus si orang narasumbernya siapa yang diwawancara, masalahnya apa, lokasinya dimana, itu juga biasanya juga kita tandemkan dengan reporter lain yang sudah terbiasa di lapangan. Jadi apa ya istilahnya ya, mewariskan ilmu, gitu kali ya. Karena kalo dibilang Teknik

liputan, ya itu tadi, sebenarnya ga ada yang macem-macem, karena ya begitu aja sih hehehe. Kita biasa dateng melihat, ada apa, topiknya ini, ada acara misalkan, ada pertandingan, yaudah kita beritakan kita lihat apa yang terjadi di sekeliling, pasang mata pasang telinga bukan Cuma ke apa yang ada di depan mata tapi juga yang disekeliling kita, misalnya pertandingan, pertandingan ada didepan, ternyata ada yang rusuh di kanan kiri atau ada masalah calo digebukin, itu juga bisa jadi berita sih. Dan itu kita wariskan turun temurun sih, jadi saat ada di lapangan, saat ada di suatu tempat, kita turun meliput, jangan Cuma terpaku pada apa yang ditugaskan kepada kita, misalkan, ditugaskan untuk konpers, ditugaskan untuk ngutip pertandingan, jangan cuman disitu aja, tapi juga kita perhatikan sekeliling kita apa yang terjadi, bisa jadi ada hal-hal lain, isu lain, kejadian lain yang sebenarnya diluar yang kita ditugaskan itu. Itu dari apa ya, warisan dari detik, dari jaman dulu. Makanya kalo dulu itu kita sering, bukan cuman laporan, kirim email ke kanal terkait, tapi juga ke kanal lain gitu misalkan lagi liputan bola terus ada kecelakaan ya kita bisa laporan ke detiknews misalkan. Begitu sih paling, gatau ya itu Teknik bukan hehehe, tapi ya itu yang kita lakukan.

Diast: oke baik baik Pak Kris, bisa sih itu pak masuk ke Teknik liputan.

Pak Kris: oh iya iya oke kalo gitu

Diast: Mungkin nextnya kita masuk ke **bagian manajemen perencanaan, untuk memulai perencanaan suatu berita apakah mengadakan rapat redaksi?**

Pak Kris: eh, kalo detik.com secara umum kita selalu rutin punya rapat redaksi, untuk menginformasikan, mengupdate, apa namanya, proyeksi kita apa yang sudah kita lakukan, apa yang ingin kita mainkan, brainstorming juga, itu di detik.com secara umum ya. Tapi kalo online gini sih, rapat redaksi Tidak berlangsung secara formal sih sebenarnya, lebih sering secara informal. Kalo dulu sebulan sekali masih, tapi karena pandemic, agak susah ya, online juga banyak keterbatasan dari temen-temen ya banyak kendala lah. Ya rapat koordinasi tetap kita lakukan, tetap rutin kita lakukan Cuma mungkin medianya saja, platform nya saja yang berganti, kalo dulu mungkin tatap muka, sekarang ya kita ramenya di grup whatsapp misalnya.

Diast: ya sama kayak kuliah digeser ke online ya

Pak Kris: nahh kira-kira gitu kira-kira. Kita yang jadinya menyesuaikan sih

Diast: iyah iyah, **terus biasanya kalo rapat itu pesertanya siapa aja pak Kris?**

Pak Kris: maksudnya gimana? Rapat?

Diast: rapat yang rapat redaksi atau rapat koordinasi tadi. Yang umum detiknews dan detiksport gitu

Pak Kris: oke, jadi kalo rapat redaksi detik.com itu secara umum, semua kanal itu biasanya diikuti sama redpel masing-masing kanal, terus juga dari pimred dan wapimred, juga disertai

sama tim dari medsos dan SEO untuk ngefeeding kira-kira, evaluasi ya istilahnya, evaluasi dari sepekan sebelumnya kayak gimana, dari yang sudah dilakukan di masing-masing kanal seberapa besar pencapaian terkait dengan yang sudah dilakukan di medsos, di apa namanya, di SEO, terus juga kita ada push notif ya namanya, push notification di detik.com itu juga kayak gimana efektivitasnya. Terus apalagi ya, kalo rapat besar sih lebih kesitu sih, kita memaparkan apa yang sudah dilakukan, apa yang akan dilakukan, yang sudah dilakukan, evaluasinya seperti apa, baik dari segi redaksional sudah maksimal kah, angle, tulisan, judul, jumlah berita, sudah maksimal kah itu, terus juga dari aspek SEO dan medsos, sudah seberapa kemakan kah, seberapa efektif kah, seberapa besar capaian berita-berita tersebut yang sudah kita lakukan, sehingga kedepannya kira-kira kita mau buat apa dalam seminggu kedepan. Terus juga dari tim medsos biasanya juga, “oke nanti akan coba kita pantau, dalam sepekan ini kedepan tema-tema yang sekiranya berkaitan dengan yang dimainkan, coba kita cari cantelan-cantelan di medsos dan SEO yang kira-kira apa yang akan bertalian dengan itu biar bisa terus di genjot”. Itu kalo rapat redaksi secara umum, kalo rapat kanal itu biasanya sih diikuti sama seluruh personil kanal-kanal bersangkutan. Kadang kala juga kita ada rapat namanya rapat koordinasi dengan redaktur Bahasa yang secara rutin juga mengadakan rapat, jadi misalkan ni berita-berita yang kemaren, selama sepekan ini udah oke lah secara tulisan misalkan. Cuma masih ada beberapa hal yang typo atau salah apa ya, penyampaiannya yang kurang efektif dan efisien secara kaidah Bahasa misalkan atau SPOK nya kurang tepat misalkan terus juga kita punya yang tadi tu tim SEO, itu juga kita punya rapat rutin. Pada intinya sih ini ya, yang tadi saya bilang dari rapat kanal, baik itu kanalnya saja atau melibatkan guru Bahasa atau redaktur Bahasa tadi sama tim SEO, itu biasanya sih diikuti oleh seluruh personil kanal bersangkutan.

Diast: oke oke, **kalo yang memimpin rapat yang besar tadi pemimpin redaksi ya berarti?**

Pak Kris: betul betul

Diast: oke, selanjutnya **apa target dari pemberitaan olahraga di detik, khusus sepakbola dan apa pertimbangannya?**

Pak Kris: target ya, target ee, target banyak sih kalo targetnya heheh, satu yang jelas itu akan dibaca banyak orang, jadi kita ga sekedar menyenangkan diri sendiri dengan tulisan itu, tapi juga dibaca banyak orang, bermanfaat buat banyak orang. Kedua juga berdampak pada apa yang menjadi tujuan penulisan kita, jadi misalkan tadi saya sempet singgung, kayak gaji pemain, kita memunculkan itu karena jelas, orang Indonesia apa ya, usually tu terketuk gitu hatinya saat melihat “waduh ini kasian banget sih, ga di gaji, ga makan, udah 3 bulan pemain asing. Ga digaji, jadi kurus kering, gak jelas, luntang luntung”. Itu orang akan terketuk hatinya, orang kita kan sangat-sangat, sangat apay a, sangat melo dramatis mungkin ya, cuman ya gitu

lah kira-kira. Jadi y akita saat nulis kayak gitu harapannya tentu, satu ini sampe ke pembaca, pembaca banyak yang suka, pembaca terus diviralkan mungkin, jadi makin banyak yang baca. Kedua ya tadi, ada tujuan juga selain motivasi yang tadi itu bahwa ini harus jadi perhatian dari pemangku kepentingan dan pihak-pihak yang terkait gitu. Jadi maksudnya kita bukan cuman menjual kesedihan, menjual rasa pilu, tapi juga kita harus bisa melakukan sesuatu, apa, dalam hal ini adalah gimana caranya ni biar orang, misalkan si pesepakbola asing tadi itu dipulangkan ke negaranya atau dibayar gajinya, dari situ kita bisa terus ngolah kan, ini apa yang bisa kita lakukan, jadi sering misalkan kontak APPI “ni gimana nih, asosiasi sepakbola professional itu, gimana ni ada yang kayak gini, masih terikat kontrak tapi ga di gaji”. Itu kita kawal terus, dengan harapan itu tadi, ada sesuatu yang bisa kita lakukan, sesuatu yang berfaedah buat si pesepak bola itu. Jadi ga Cuma sekedar jualan rasa sedih agar dibaca orang, tapi juga berguna dan berfaedah bagi orang yang memberitakan itu. Pada akhirnya kan secara gambaran besar, siapa tau nanti kita juga bisa membuat sepakbola nasional jadi lebih baik, semoga tidak terjadi lagi misalkan insiden-insiden kayak itu tadi, dalam konteks tadi ya, pemain ga di gaji. Gitu sih Diast: oke, **nah lalu untuk mencapai target tersebut, apa saja strateginya yang direncanakan dan dijalankan?**

Pak Kris: strategi yang direncanakan, eee, satu sih, kita punya jarring, punya jejaring banyak sih. Karena taruhlah 10-13 orang gamungkin tau sampe ke hal-hal yang ke pelosok pelosok gitu kan. Harus tau jejaring, kita harus tau kita punya jejaring informasi dimana mana, baik itu secara langsung maupun memanfaatkan teknologi ya, medsos salah satunya. Terus juga kita harus tau, apa sih yang sebenarnya disukai pembaca, diinginkan pembaca, itu sih sebenarnya. Trend ya, trend ini kan sering berubah-ubah, ini makanya kita sering brainstorming, sering koordinasi, dari situ sebetulnya ketemu kan polanya, bahwa pembaca saat ini kayaknya ni sukaknya yang model gini karena berita abcde yang punya pola sama itu akan kemakan. Sedangkan berita-berita xyz dengan pola berbeda agak kurang kemakan, nanti akan ada titik kompromi bahwa ini bagian dari strategi juga sih. Kita tetep memberitakan semua pemberitaan tentang, konteksnya bola nasional ya, kita memberitakan a sampe z soal bola nasional, tapi bakal ada proporsi bahwa abcde yang sudah jelas akan lebih kemakan, lebih bermanfaat gitu kan, itu mungkin proporsinya kita naikan jadi 70%, sedangkan berita yang xyz itu tetep kita beritakan, tapi mungkin acara simbolis atau apa yang orang ga terlalu aware dan kadang-kadang ga terlalu mengefek juga ya ke kebijakan secara besar, scope besarnya ga terlalu ngefek yaudah kita tetep beritakan tapi ya proporsi nya kita kurangi misalkan agak-agak 30%. agar ada feedback juga kita kan ada kolom komentar di website dan di medsos terutama itu kan ramet tuh. Eeh, selanjutnya apa lagi ya, kita juga pengen ini sih sebetulnya kalo dalam

gambaran saya tu sepakbola nasional lekat kaitannya dengan kearifan local dan rasa kebanggaan memiliki klub di daerahnya masing-masing. Nah itu yang sebenarnya, ya kita detik.com punya biro sih, punya biro dan makin bertambah ya, kayak di Jogja ada, Pak Nara dulu tu di Jogja tu, kita punya di Bandung nih, Jogja, Bandung, Surabaya kita punya, terus juga ada Makassar, ada Medan juga. Itu bagian dari yang tadi saya bilang, jejaring, bagian juga dari bagaimana detiksport ingin menggali potensi yang tadi saya bilang, bahwa orang di daerah itu pasti punya apa ya, rasa kebanggaan yang luar biasa, kalo suka bola gitu. Saat tim kesayangannya bermain tu antusiasme saya menduga itu luar biasa, walaupun belum punya data resmi, tapi kita bisa lihat gitu kan dari lapangan langsung, saat ada yang tanding, pra pandemic yah itu di pohon, di luar stadion pasti ada yang nangkring untuk nonton, itu antusiasme nya luar biasa. Itu strategi juga, tapi belum bisa dibilang strategi juga karena belum ada pandemic ya hehe. Cuma sempet udah ada gambaran, ancer-ancer, tahun lalu sebelum pandemic kita pengen masuk ke dalam soal sepakbola local, jadi secara khusus masuk ke supporter, Cuma memang masih pendalaman waktu itu karena, apa ya, ya gaya daerah masing-masing itu beda-beda ya, jadi kita perlu cari tau bagaimana yang efektif untuk masuk ke situ, dalam konteks sepakbolanya, tapi ya pandemic sih kemudian jadi agak terkendala. Tapi kira-kira gitu sih yang saya lihat, strateginya sebenarnya sangat bergantung nih sama pandemic, mungkin kalo pandeminya, gatau ya, kemaren siapa yang bilang itu ya bahwa akan berakhir 10 tahun lagi ya. Agak repot ya heheh, strategi nya jadi ga jalan-jalan ni. Tapi ya itu sih

Diast: wa hehehe baik pak kris, memang pandemi ni mengacaukan segalanya sih. Mungkin next, hambatan sih pak Kris. **Apa hambatan atau kendala yang biasa terjadi dalam proses perencanaan ini?**

Pak Kris: ehh kalo sekarang yang secara actual nya ya ini, pandemic ini. Yang kedua juga banyak yang pengen kita lakukan cuman ya itu, terbentur masalah sumber daya manusia, satu. Walaupun kita punya biro banyak misalkan, itu tenaganya kan juga terbatas. Jadi misalkan kita pengen menggali lebih dalam, agak sulit. Jadi kita harus membagi dengan kebutuhan kanal-kanal lain. Eee, masalah ini juga, kendala apa ya, tidak semua wartawan temen-temen di daerah terutama yang di contributor ya yang sifatnya contributor, jadi contributor itu tidak berada di bawah biro. Kalo yang biro mungkin koordinasi bisa lebih lancar, kalo contributor itu ini sih, paling engga kita harus memberikan ini dulu, memberikan background, informasi tambahan. Beda halnya kalo misalnya di Jakarta ya, sama yang sekarang temen-temen detiksport di jogja, kalo kita minta langsung “eh ada ini ini nih, tolong ramein dong”, mereka dah tau anglenya, udah tau harus ngapain, harus arahnya kemana, harus siapa yang dikontak, karena memang dunia kita ada disitu. Nah kalo kita ke biro atau ke contributor, karena memang purely bukan

di olahraga, apalagi bola nasional, belum tentu semua suka dan belum tentu semua aware, ada apa yang terjadi, mau gamau kita harus kasih background tambahan, kita harus kasih angle, kita harus kasih tau “kira-kira ini nih yang mau dikejar, istilahnya juga cari mulut, lagi rame nih, coba cari mulut” misalkan. Begitu

Diast: oke kalo gitu Pak Kris, mungkin perencanaan cukup dulu. Masuk ke pengorganisasian.

Bagaimana penyusunan struktur organisasi dan pembagian tugas pekerjaan yang dijalankan di keredaksian?

Pak Kris: jadi ada saya sebagai redpel, ada wakil redpel dibawah saya, setelah itu ada redaktur bola nasional yang tugasnya itu tadi, walaupun ngurusin semua tapi tetep focus, utamanya, prioritasnya di sepakbola nasional, soal agenda, topik, tema soal apa yang sedang rame, itu di redaktur bola nasional. Terus juga ada redaktur medsos juga, itu bagaimana cara memaksimalkan, meng amplifikasi, merumuskan, merangkum berita-berita kita yang bisa diteruskan ke tim media sosial untuk yang seperti apa, apakah infografis, apakah sekedar story misalkan, apakah itu cocok di facebook, apakah itu cocok di twitter, apakah itu, mungkin nanti ada juga cocok buat di tiktokan atau gimana nah itu dari redaktur medsos sih. Dari situ sih ada wakil redaktur juga, wakil redaktur yang fungsinya mem backup tugas dari redaktur-redaktur ini sih. Sebenarnya relative begitu sih. Kalo di media luar ada juga, media tetangga itu ada redaktornya redaktur liga inggris misalkan, redaktur liga itali, dulu ada yang seperti itu. Tapi kayaknya sekarang lebih ngeblend sih, Cuma kalo bola nasional memang harus dikhususkan redaktornya itu. Habis itu paling misalkan dari saya bisa langsung ke redaktur bola nasional misalkan, ada isu ini nih, saya libatkan wakil redpel, ngomong ke redaktur bola nasional “eh ada begini begini begini, coba di tindak lanjutin, digali coba, kayaknya bisa” misalkan arahnya yang kasus kemaren bisa diperdalam lagi. Habis itu nanti redaktur sepakbola nasional akan coba ngembangin kira-kira arahnya akan kemana kemudian di delegasikan lagi ke temen-temen khususnya yang di lapangan. Gitu kira-kira

Diast: totalnya berarti berapa tu Pak Kris personilnya? Detiksport deh

Pak Kris: ee, detiksport ada 13

Diast: okeh 13 ya

Pak Kris: he’eh

Diast: oke Pak Kris, **terus di pandemi ini ada pembagian WFO dan WFH gitu ga pak Kris?**

Pak Kris: oh iya ada, karena covid ini kita ya beradaptasi, ada yang WFO dan WFH, ya yang kayak saya bilang tadi kita sekarang lebih seringnya lewat whatsapp, koordinasi lewat whatsapp. Jadi tetep koordinasi sih gapernah putus. Paling engga ya lempar-lemparan isu, “eh ada ini nih, ada ini nih” “yaudah, gua coba ini deh, gue coba kontak si ini, kayanya dia bisa tu

ngomong soal itu” “o ya yang itu juga bisa tu ditanyain”. Nah koordinasinya jauh lebih fleksibel sih sekarang, dulu pun fleksibel cuman mau gamau ya sekarang jadi agak bergeser sih, ga bisa tatap muka secara spesifik

Diast: okeh mungkin nextnya itu **gimana keredaksian detiksport dalam mengelola sumber daya yang ada?**

Pak Kris: ee apa ya, kalo saya sih sebenarnya lebih suka, ini lebih ke gaya personal sih ya, personal orang masing-masing kalo saya sebenarnya lebih suka personal approach. Jadi kalo ada apa-apa ya saya akan ngomong langsung ke orang itu, gak perlu di forum rame rame, ya itulah, menjaga. Contoh kayak gini deh, misalkan dari situasi pandemic kayak gini, ini moral, psikologis ini morak marik banget. Jadi, misalkan ya saya akan ngomong ke salah satu atau salah dua siapa yang kira-kira dekat sama anak-anak, karena saya udah susah juga kan kalo ngeiniin sebenarnya, jadi kalo ada apa-apa ntar ngomong, misalkan lagi ga enak ininya, apa Namanya, badan sakit atau lagi jenuh, jenuh WFO atau WFH segala macem, ntar kasih tau aja. Dan beberapa juga langsung sih, “mas bisa ga mas, kalo lagi begini, begini begini begini”. Tantangannya lebih ke itu sih, eh bukan tantangan ya, modelnya saya sih selalu, lu mau apa yaudah gitu ngomong aja. Coba cari apakah itu mungkin dilakukan atau engga, kalo engga ada yang lain gak, gitu. Soalnya, jadi kalo cara mengelola sebenarnya kalo menjaga, saya lebih menjaga psikologis itu sih. Jadi dalam situasi kayak gini ya, yaudah menyemangati “yok yok yok, semangat yok, jangan ngedrop, jangan moodnya ga enak” kalo lagi ga mood, yaudah mau libur kapan misalkan, ni ada jatah libur ini. Lagi ada apa, yaudah ngomong sini nanti siapa tau bisa di akomodir. Terus misalkan lagi susah, susah ada masalah keluarga yaudah cuti dulu. Soalnya kan kalo dah masalah gaji dah susah, bukan saya kan urusannya kan hehehe. Cuman ya diluar itu sih kalo saya ya sebisa mungkin gimana caranya agar temen-temen di sport ini bisa tetep semangat, bisa tetep termotivasi, bisa tetep mensyukuri segala sesuatu yang ada. Misalkan sekarang lagi pandemic gini, banyak temen-temen diluar sana yang di lay-off, kita masih alhamdulillah masih diberi sesuatu yang bikin dapur tetep ngebul. Ya ini bagian dari apresiasi juga sih sebenarnya, kalo mengelola itu menurut saya ya Cuma ada, apa Namanya, punishment and reward sih kalo dalam sebuah tim itu. Kalo untuk mengelola ya itu, mana yang perlu di punish ya di punish, mana yang perlu di reward ya di reward. Cuma dalam situasi pandemic kaya gini, kalo saya berat untuk mem punish, karena tanpa di punish pun sebenarnya sudah ter punish dengan situasi. Jadi ya gimana caranya yang bisa saya lakukan dengan jobdesk saya ya akan saya lakukan untuk sedikit-sedikit memberikan apresiasi, tipis-tipis lah. Paling gitu sih, kalo saya ya untuk saat ini.

Diast: oke mungkin nextnya masuk ke bagian pengarahan, **bagaimana cara melakukan pergerakan atau pengarahan pada anggota tim redaksi?**

Pak Kris: ee yang tadi saya bilang juga sih, saya sebenarnya lebih suka personal approach ya. Jadi japri misalkan. Karena kita kan detiksport kebetulan tidak semua di Jakarta, kita kan ada yang di Jogja. Tapi sih sebenarnya juga tidak melulu mesti japri karena udah pada tau apa yang mesti dilakukan sebelum digerakkan sebelum diarahkan udah tau gitu, sudah sangat berinisiatif. Temen-temen sport sekarang begitu. Tapi diluar itu, di luar inisiatif mereka seringkali lebih ke sharing aja sih, “ini ada seperti ini ini ini, ada yang bisa garap tolong ya?” dan biasanya langsung ada yang inisiatif langsung ada yang garap. Jadi kalo misalkan kayak sekarang ini saya lagi gabisa berinteraksi banyak sama temen-temen sport ya akan saya delegasikan ke wakil maupun redaktornya sih. Kalo ke redaktur tetep dengan sepengetahuan wakil saya. Gitu

Diast: oke, nextnya **bagaimana peran seorang pemimpin dalam tim redaksi?**

Pak Kris: eh, ini yang sedang saya pelajari juga sebenarnya ya, karena itu tadi, saya di detiksport pun jadi redpel tu belum setahun saya jadi redpel. Sebelumnya jadi redpel di detik travel dan detik I net, jadi masih banyak belajar. Tapi sebenarnya yang sudah saya pelajari sejauh ini adalah satu, belajar untuk mendelegasikan. Pimpinan itu perlu memberi kepercayaan dan mendelegasikan hal-hal yang dirasa perlu sesuai porsi dan kadar orang-orang di dalam timnya. Dua, berkaitan juga dengan yang ke satu bahwa seorang pemimpin tidak bisa one man show. Ketiga ya pemimpin perlu melihat, ini juga sih, ini yang susah, berperan kadang jadi teman yang mungkin bisa mengayomi, di kesempatan lain juga jadi bos, yang mungkin bagaikan tiran. Nah ini porsinya yang bagaimana juga belum nemu sih. Begitu sih saya melihat pemimpin, peranannya harus bisa seperti itu

Diast: oke, oke, **mungkin nextnya gimana cara agar selalu mampu ‘stay’ pada planning dan pengorganisasian yang telah disusun?**

Pak Kris: ya belajar fleksibel, tapi ya saya bisa memahami bahwa kita punya planning kita punya rencana di tengah jalan terkadang banyak hal yang membuat kita harus bisa fleksibel. Tapi, tetep bagaimana caranya agar bisa tetep ajeg pada apa Namanya, proyeksi awal, itu juga saya selalu coba mengingatkan. Balik lagi sih ya saya gabisa kerja sendiri sih sebenarnya, jadi kita selalu ngomong sama temen-temen lah, saling sharing di grup. Kita saling ngingetin target kita, tujuan kita, harapan kita adalah apa gitu. Kalopun nanti ada hal-hal lain yang membuat kita harus kesana kemari ya fleksibel. Kayak coba saya Kembali ke maret 2020, saya udah punya rencana pendalaman sepakbola nasional, focus pada klub dan supporter dan pemain bola nasional. Nah itu sampe sekarang belum bisa terwujud karena situasi ya jadi tidak bisa

dilakukan. Tapi itu karena dari temen-temen juga ngingetin, “jangan lupa gini gini gini mas”, “oiya okeoke, bener bener bener”, saya munculkan lagi itu di tahun ini, mudah-mudahan bisa terlaksana. Jadi kalo saya pribadi sebenarnya untuk tetap stay pada planning dan organizing, walaupun fleksibel, berusaha ya berusaha fleksibel, saya juga tetap meminta sih sama temen-temen sama wakil saya terutama “ni kita mau begini begini, tolong cari tarikannya biar siapa tau walaupun sekarang belum terlaksana, nanti ada cantelannya, ada tarikannya, ada pengembangannya”. Yang lebih baik lagi, seiring berjalannya waktu ya jadi modifikasi ya, tidak sesuai dengan rencana awal 100%, siapa tau jadi lebih baik dengan modifikasi itu. Saya sih itu tadi yang saya bilang kira-kira intinya adalah selain mengingatkan diri sendiri juga selalu meminta bantuan sama temen-temen. Gitu sih

Diast: oke mungkin nextnya kita ke pengawasan. **Gimana cara melakukan pengawasan terhadap aktivitas kerja dan produksi berita di detiksport?**

Pak Kris: okeh, yang sempet saya singgung tadi di awal, bentuknya pemberitaan di kita ya, saat masuk ke CMS itu biasanya tetep akan di saring oleh redaktur, kemudian lewat, kemudian lewat saya. Itu yang terjadi saat ini, karena kita lebih banyak beraktivitas secara online, jadi agak sulit. Kalo dulu ada pemantauan dan pengawasan aktivitas kerja secara fisik di kantor, wah si ini sering telat misal, balik lagi, selain saya sebenarnya temen-temen lain bahkan udah saling ngingetin. Itu sih, sama temen-temen sendiri, satu, pada akhirnya ke wakil habis itu saya. Itu beruntungnya saya adalah ya itu sih, temen-temen juga sudah pada paham bagaimana harus beraktivitas, bagaimana harus berproduksi, jadi misalkan say aga terlalu yang macem-macem, saat lagi ga ada apa-apa, kalo memang sedang lagi ga kerja, sudah contribute banyak, tapi lagi ga ada apa apa, anak ini mau main game, mau nyantai yaudah ga papa, karena memang lagi ga ada apa-apa. Buat apa dia memproduksi berita kalo lagi ga ada apa-apa gitu kan. Jadi intinya, temen-temen yang lain ikut membantu mengawasi dan mengingatkan, sebelum kemudian bila mana diperlukan saya yang akan melakukan itu, hingga ke teguran bahkan misalkan, bukan hanya mengawasi tapi bahkan teguran.

Diast: jadi kalo bertanya, **siapa yang bertugas tu ya fleksibel ya Pak ya? Bisa dari temen sendiri gitu?**

Pak Kris: betul, ini sebetulnya ga semua kayak gitu ya, ya yang saya bilang tadi, saya cukup beruntung temen-temen di detiksport udah pada saling bisa lah, istilahnya bisa di lepas bahkan. Udah bisa saling mengingatkan satu sama lain, udah bisa saling mengawasi, menegur bahkan satu sama lain, cuman mungkin kalo udah teguran, tegurannya kadang-kadang berlanjut ke bercanda-bercandaan yang kelewat parah, nah itu baru saya masuk misalkan atau emang anak ini udah kelewat parah, di mata temen-temennya udah engga oke banget nih, itu saya harus

menegur, walaupun belum ya, jangan sampe sih, jangan sampe juga. Tapi secara garis besar gitu sih, fleksibel bener, semua bisa melakukan pengawasan kalo di kanal detiksport. Tetep wasitnya adalah saya sebenarnya, didepan gawang harusnya di oper ke mbappe, mbappenya marah-marah yak an, saya wasitnya “lho he itu kan temen sendiri, jangan berantem” kira-kira demikian gambarannya hehehe

Diast: okeoke, lalu kalo evaluasi, **bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan oleh tim redaksi detiksports?**

Pak Kris: ya evaluasi apa yang bisa dilakukan, bagaimana tren pembaca saat ini, bagaimana tren pembaca situs-situs olahraga saat ini, bagaimana juga bentuk akomodir tren-tren itu tadi. Kira-kira gitu sih

Diast: eh terus **apakah evaluasi tersebut berdampak pada peningkatan bulan setelahnya?**

Pak Kris: nah ini agak sulit, karena parameternya banyak sih sebenarnya, apakah berdampak pada peningkatan, bisa parameter peningkatan jumlah berita dengan topik terkait atau parameternya mungkin kalo di kita traffic, itu pun tidak ada, ini ya, tidak, gini gini, kadang kala evaluasi bisa berdampak besar ke bulan berikutnya misalkan, tadi traffic, evaluasinya perlu diperbanyak soal abcde, itu kita perbanyak, itu bisa berdampak pada traffic. Tapi kalo yang lain juga evaluasi ni harusnya kayak gini gini gini yang dari bulan kemaren, yaudah kita coba. Di bulan berikutnya, bisa jadi pernah sih, pernah juga ga ada dampaknya, relatif landai istilahnya, seperti bulan sebelumnya. Jadi sebenarnya sangat, ga ada sih, sulit untuk menyebut apakah ada dampak nyata karena se demikian luas kan dampak. Mungkin dampak dari penulisan, mungkin ada gaya penulisan misalkan jadi berubah. Cuma itu lebih terasa ke personal masing-masing sama yang memverifikasi berita itu, selebihnya kan secara tim ga akan terlalu terasa dampaknya, sangat luas sih sebenarnya kalo dibilang apakah berdampak, sangat luas berdampak seperti apa, parameternya seperti apa, parameter dampaknya banyak sekali

Diast: oke next, untuk manajemen mungkin sementara cukup.terus kita masuk ke jurnalistik olahraga ya

Pak Kris: oh iya maaf mas. Ini yang kayak saya bilang tadi, paling saya bisa sekitar jam 5 nih mas, nanti kalo memang ada tambahan bisa dijadwalkan lain hari. Nanti kita bisa tektokan lagi

Diast: oke kalo gitu pak Kris, paling dikit lagi lah ya pak biar pas jam 5 gitu

Pak Kris: bagaimana sih enaknya, masih cukup banyak ya? Masih ada sekitar 8 menit sih, kalo mau ada yang disempilkan gapapa

Diast: ya oke, lanjut bentar ya Pak Kris ya,

Pak Kris: siap

Diast: ini sih paling, **berita olahraga apa yang selama ini paling diminati detiksports?**

Apakah sepakbola atau apa?

Diast: nah, ini juga menarik sebenarnya, secara garis besar pembaca detiksport selalu menyukai berita-berita hasil pertandingan bola terutama yang melibatkan tim-tim besar dengan massa pendukung yang besar juga, terutama khususnya MU, Liverpool, itu berita apapun soal mereka biasanya itu sangat kemakan, itu di bola lah ya. Moto gp juga pembaca kita sangat suka, mulai dari hasil latihannya pun sudah banyak yang memantau, dari Latihan, kualifikasi terutama balapan dan drama-drama nya, ini yang biasanya banyak komentarnya soal Rossi soal Marquez, tendang-tendangan atau ada yang jatuh, itu pasti rame, insiden ya jadinya. Terus kita sedang coba UFC, MMA, itu juga pembacanya cukup lumayan, ada tren yang bisa kita manfaatkan disitu, kayaknya sekarang orang banyak yang suka baku hantam mungkin ya. Jadi kita coba dengan rubrik baru nanti MMA misalkan, UFC. Terus bulutangkis juga banyak yang suka di detiksport, apalagi kalo ada bulutangkis-bulutangkis kita yang masuk final, itu pasti suka, walaupun sayangnya kemarin yang di Thailand cuman 1 gelar, tapi ya tetep banyak pembacanya. Selebihnya apa lagi ya, justru banyak juga yang ringan-ringan, diluar itu. Jadi misalkan bola, tadi secara umum, banyak juga yang suka gossip-gossip di luar lapangan, gossip percintaan, gossip asmara, banyak yang suka kayak gitu. Bahkan ini sih, di kita, judul, berita-berita kita sebenarnya bagus, detiksport tu sangat bagus, dari dulu tu dah keren-keren, sangat variative, tapi terkadang judulnya mungkin kurang mampu mengajak pembaca. Apalagi sekarang makin banyak kalo saya menduga, makin banyak pembaca-pembaca muda diluar existing user kita yang sangat loyal, mungkin belum tau detik.com, mungkin belum tau detiksports, tapi kalo misalkan kita coba apa Namanya, gandeng dengan judul-judul yang alay atau yang ringan-ringan dengan tema dan topik yang ringan-ringan pula, kita sesuaikan itu ya bisa jadi jendela masuk juga, bukan jendela ya, pintu masuk, kalo jendela maling dia masuknya hehehe, disitu sih. Jadi kalo topik-topik yang ringan itu banyak yang suka, jadi coba kita sesuaikan judulnya. Misalkan dulu ada di motogp, motogp tu orang pasti banyak yang suka. Terus waktu itu misalkan momennya Miguel Oliviera, dia habis menang dimana gitu waktu itu, terus kemudian ada berita tentang kekasihnya yang ternyata juga adik sambungnya, itu tiga factor ini nih sudah oke sebenarnya, dari motogp, dari Miguel Oliviera, momentum dia dapet dan soal yang diluar lintasan, soal kehidupan asmara, 3 aspek ini kita combine dengan judul yang agak nyeleneh misalkan, “calon istriku adalah adikku” kayak gitu gitu tuh. Itu tu emang alay sekali kan dan itu ternyata terbukti mujarab, kemakan. Jadi ya selain tadi tu pemberitaan-pemberitaan yang potensial, begitu, kita coba sesuaikan juga judul yang memang bisa membuat lebih santai, lebih anak muda, lebih ngalay, lebih non-formal. Kalo memang itu bisa kita

lakukan, kita lakukan, jadi lebih ke Bahasa tuturan sih sebenarnya. Karena ternyata ada keleluasaan juga sebenarnya itu kalo dari redaktur Bahasa, kalo untuk judul masih di, asal jangan terlalu yang parah-parah banget, masih bisa lah, masih bisa lebih fleksibel

Diast: oke, mungkin satu lagi ya Pak Kris, terakhir, sebelum jam 5. **Bagaimana cara menampilkan kritik terhadap seorang atlet atau terhadap olahraga secara keseluruhan? Khususnya sepakbola**

Pak Kris:oke itu balik lagi sebetulnya, kalo temen-temen sebenarnya sangat penuh semangat untuk mengkritik sebenarnya. Cuman kalo saya pribadi menilai kritik itu akan lebih menohok disampaikan saat dilakukan dengan cara elegan dan membuat orang yang di kritik tidak memiliki ruang untuk membela diri. Kalo saya seperti itu, jadi misalkan, mau mengkritik sosok-sosok tertentu di sepakbola nasional, kita gabisa Cuma kritik, “wah si ini ga bagus, organisasinya atau klubnya atau cara dia me manage pemain atau me manage klub ga bagus”. Tapi disitu kita harus mendalami, ga bagusnya dimana, kata siapa, siapa aja yang ngomong, yang bagus seperti apa, ada gambarannya ga yang bagus kayak apa, dia pernah ada di mana saja misalkan, kinerjanya kayak apa. Nah dari situ kita minta lagi, komentar misalkan, komentar pengamat, komentar pengamat tidak serta merta harus menghantam telak orang, institusi atau siapapun yang kita kritik. Kita cari misalkan, narasumber 1 komentator yang bisa memberikan perspektif pada pembaca, perspektif bahwa mana yang baik dan mana yang benar, mana yang oke dan mana yang tidak. Itu bisa kita sampaikan begitu saja dengan cantelan sedikit, tidak perlu telalu menggiring selama omongannya memang sudah oke, itu kita tidak perlu menggiring, tapi y aitu tadi, itu bagian, satu bagian dari rangkaian kritik itu tadi. Jadi pelurunya ga Cuma satu, kalo cuman satu, apalagi dangkal, “oh ini jelek, ga bagus, kata si anu, udah stop.” Itu bukan kritik sih, itu Cuma nyablak istilahnya kalo kata orang Jakarta bilang. Nyablak sekali doang, itu bukan kritik gitu. Kalo mau kritik y aitu tadi yang saya bilang, gimana caranya nyusun sebuah kerangka, kritikan yang berdasar, argumentative, memberikan perspektif juga bahwa itu jelek, yang dia lakukan itu ga bagus, kita harus bisa memberikan perseptif itu tadi. Jadi ya orang yang kita kritik pun, mau ngomong apa, dia gapunya ruang untuk berdalih, kalopun dia berdalih, ya Cuma akan memperlihatkan apa ya istilahnya, memperlihatkan bahwa itu ada dia yang mesti di kritik lagi, bahwa dia Cuma bisa berdalih. Ini perlu sense sih, sense yang temen-temen kebanyakan juga udah punya, Cuma kadang perlu diingatkan, kalo ini kita gabisa langsung nih, kita harus maennya cantik istilahnya. Jadi ga langsung long shoot kalo maen bola, kalo long shoot dari garis tengah berarti kita masih nyusun. Kita coba pelan-pelan nih, tiki taka ya kan, oper oper biar kanan kirinya rapet, baru di shoot di depan, jadi apa ya, istilahnya ya, kritiknya juga ga dangkal, kita juga ngasih tau

kritiknya. Ini kita mengkritik karena memang gambarannya kayak gini, bahwa yang baik tu seperti itu, kita gambarkan nih, terus juga track record si orang ini memang ternyata layak di kritik misalkan atau institusi ini memang dari dulu bobrok. Nah kayak gitu, jadi ga sekedar “si anu jelek, si anu jelek” gitu, ga gitu. Tapi kadang ya untuk memancing, yang banyak dibaca sebenarnya justru yang kayak gitu modelnya, ini di semua media sih kayaknya. Si A ngomongin si B, Si B jelek, suka ini blab la bla. Itu pasti banyak dibaca, Cuma saya yakin sih semua jurnalis bukan Cuma di detik.com, detiksport, bukan cuman kita ya, diluar juga pasti punya semangat jurnalistik yang yah, kita perlu memperlihatkan gambaran besarnya kayak apa. Jadi ga cuman menangkap apa yang ada dipermukaan, tapi kita salami dan kita tunjukkan kayak gini seharusnya yang dilakukan. Gitu sih mas

Diast: oke sih, mungkin karena udah jam 5 juga, mungkin kita sudah gapapa pak Kris. Nanti nextnya kita gimana?

Pak Kris: nanti boleh sih, ini kurang berapa sih, masih 6 halaman lagi ya?

Diast: iya

Pak Kris: bisa sih kita kalo pake meet lagi bisa, nanti kita tektokan lagi aja. Soalnya kebetulan saya juga lagi ada di sela-sela urusan rumah hehehe

Diast: oh gitu ya gapapa sih, malah makasih banget ini saya Pak Kris sudah menyempatkan waktunya

Pak Kris: siap, paling nanti kita tektokan lagi kapan

Diast: oke kalo gitu pak Kris, sekali lagi terimakasih banyak sudah meluangkan cukup banyak waktunya

Pak Kris: semoga berguna hehehe, dan salam buat bapak Nara

Diast: Siap pak Kris, nanti saya sampaikan

Transkrip Wawancara (Jawaban Tertulis) Okezone.com – Ramdani Bur

P: Bagaimana struktur organisasi yang berlaku dalam redaksi perusahaan anda?

N: Struktur organisasi di redaksi perusahaan kami dikomandoi Pemimpin Redaksi selaku penanggung jawab. Kemudian diikuti Wakil Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana, Redaktur, Asisten Redaktur dan Reporter.

P: Apakah setiap rubrik keredaksiannya berbeda beda?

N: Secara umum keredaksian di setiap rubrik atau kanal sama. Sebab, kami biasanya memformulasikan tema apa yang akan diangkat melalui dua rapat yang kami selenggarakan di setiap harinya, tepatnya pagi dan sore hari.

P: Bagaimana cara struktur keredaksian media anda memunculkan inovasi? Baik itu secara eksternal dan internal?

N: Inovasi via internal muncul dari rapat redaksi yang kami lakukan sebanyak dua kali dalam satu hari. Rapat redaksi dipimpin Pemimpin Redaksi dan diikuti Wakil Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana dan Redaktur. Dari rapat tersebut muncul inovasi, terobosan atau angle-angle menarik terkait pemberitaan yang akan kami liput. Dalam rapat tersebut, kami juga membahas rekomendasi dari tim Data Analyst, Search Engine Optimization (SEO) dan Media Sosial (Medsos) terkait isu apa yang lagi hangat di masyarakat. Sementara dari eksternal, kami juga memantau perkembangan di Media Online lain. Jika ada sesuatu hal menarik yang dapat kami kembangkan dari Media Online lain, bisa kami formulasikan atau dikemas dengan lebih menarik.

P: Apa yang membedakan redaksional anda dengan media lain?

N: Setiap media memiliki redaksional yang berbeda, tergantung visi dan misi perusahaan. Dalam hal ini, Okezone fokus ke News dan Entertainment. News fokus membahas berita-berita Nasional, Daerah, Internasional dan Ekonomi. Sementara Entertainment membahas hal-hal menarik dari Gaya Hidup (Lifestyle), Celebrity, Travel, Bola dan Sport. Sedikit yang membedakan kami dengan media lain adalah, Okezone sudah berintegrasi dengan dua portal lain milik MNC yakni Sindonews dan iNews.id. Dengan bersinergi, kami mendapatkan bantuan dari dua Media Online lain dalam hal pemberitaan. Ditambah lagi, karena berada di bawah payung MNC yang memiliki 4 stasiun televisi besar (RCTI, MNC TV, iNews TV dan Global TV), kami cukup cepat mendapatkan video-video eksklusif, sesuatu yang jarang didapatkan Media Online lain.

P: Bagaimana cara mengimplementasikan fungsi manajemen (Planning, Organizing, Actuating dan Controlling) dalam redaksional media anda?

N: Planning: Sebuah Media Online dituntut menyajikan tema artikel yang menarik demi memenangkan persaingan dengan Media Online lain. Karena itu, demi perencanaan yang matang, kami menggelar rapat redaksi sebanyak dua kali dalam satu hari. Di rapat redaksi yang kami bahas, nantinya menghasilkan berupa ide yang akan dikejar reporter di lapangan.

Organizing:

Dalam hal ini, redaktur sudah mendapatkan serangkaian ide yang didapat dari rapat redaksi sore atau pagi. Kemudian, serangkaian angle atau ide yang didapat redaktur, kemudian di-share kepada reporter untuk dieksekusi.

Actuating:

Di tahap ini, isu yang sudah dibahas di rapat redaksi (planning) akan dieksekusi reporter. Reporter bisa mendapatkan berita melalui tiga hal, datang ke lokasi, mewawancarai narasumber by phone atau mengutip dari sumber resmi.

Controlling:

Ketika bahan berita sudah didapatkan, reporter langsung mengeksekusi berita tersebut. Berita kemudian dikirim ke Asisten Redaktur untuk diverifikasi. Setelah itu, Redaktur juga memverifikasi berita tersebut untuk mengecek kebenaran fakta berita dan supaya lebih menarik untuk dibaca.

Setelah dianggap aman, kemudian artikel tersebut diunggah di Media Online kami menggunakan alat bernama Content Management System (CMS). Jika isu yang dibuat reporter cukup sensitif, biasanya artikel akan dieskalasi lebih dulu ke Redaktur Pelaksana, Wakil Pemimpin Redaksi atau bahkan Pemimpin Redaksi.

P: Bagaimana proses produksi dari awal sampai sebuah berita itu dikatakan layak untuk dipublikasikan?

N: Berita layak dipublikasikan jika mengandung unsur: Artikel atau berita harus lengkap dan berimbang. Berita harus objektif. Berita harus ringkas dan jelas. Berita harus hangat. Proses produksinya sama persis seperti yang sudah kami jelaskan di atas

P: Bagaimana pola/alur kerja dalam memberitakan sepakbola di media anda?

N: Redaktur Pelaksana, Redaktur dan Asisten Redaktur memformulasikan hasil rapat redaksi. Setelah itu, angle-angle menarik yang bisa dieksekusi diberikan kepada reporter. Nantinya, berita yang diproduksi reporter akan diverifikasi asisten redaktur dan redaktur, hingga akhirnya tayang di Media Online kami. Biasanya, Asisten Redaktur dan Redaktur yang meng-upload berita hingga akhirnya tayang di Media Online kami.

P: Melibatkan siapa sajakah/bagian apa saja dalam pembuatan suatu berita?

N: Redaktur Pelaksana, Redaktur, Asisten Redaktur dan Reporter terlibat penuh dalam semua berita yang diproduksi.

P: Bagaimana cara peliputan dilakukan?

N: Peliputan untuk mendapatkan sumber berita bisa dari beberapa hal. Selain datang ke lokasi atau liputan langsung (wawancara narasumber di tempat), kami juga bisa mendapatkan sumber berita melalui by phone atau mengutip dari website resmi,

P: Bagaimana informasi didapatkan oleh reporter? Apakah liputan langsung atau mengolah sumber tertulis yang telah ada sebelumnya?

N: Dua kemungkinan di atas biasa didapat reporter, baik datang langsung ke lokasi atau mengolah sumber tertulis. Informasi dari broadcast WA atau Media Sosial juga bisa kami jadikan rujukan. Namun, untuk kasus informasi di atas, kami harus mengonfirmasinya lebih dulu kebenaran berita kepada pihak terkait.

P: Bagaimana redaksi menentukan berita mana yang layak dimuat maupun yang tidak layak dimuat? Faktor apa sajakah yang menentukan layak atau tidaknya suatu berita dimuat?

N: Berita layak dipublikasikan jika mengandung unsur: Artikel atau berita harus lengkap dan berimbang. Berita harus objektif. Berita harus ringkas dan jelas. Berita harus hangat. Satu lagi, berita layak tayang jika memiliki nilai berita yang terdiri dari beberapa unsur seperti informatif dan aktual. Berita tidak layak tayang jika mengandung unsur opini si penulis.

P: Bagaimana kebijakan redaksi media anda dalam menentukan sebuah topik, isu atau peristiwa? Apa saja pertimbangannya?

N: Masukan dari tim SEO, Medsos dan Data Analyst menjadi salah satu bahan pertimbangan kami dalam mengembangkan sebuah isu. Di Google sekarang juga sudah ada Google Trend, yang mana terhampar data perihal isu apa yang lagi banyak dicari orang,

P: Bagaimana kebijakan media anda dalam menentukan siapa atau apa yang akan menjadi sumber berita?

N: Kewenangan (jabatan) atau kelayakan seseorang menjadi salah satu pertimbangan untuk dijadikan sumber berita. Ambil contoh soal TC Timnas Indonesia U-19. Selain pelatih Shin Tae-yong, pemain dan Direktur Teknik PSSI Indra Sjafri bisa jadi narasumber karena memiliki kewenangan untuk memberikan komentar.

P: Apa yang menjadi alasan pemilihan sumber berita tersebut?

N: Dengan mendapatkan narasumber yang kompeten, pembaca menjadi percaya dengan artikel yang kami produksi.

P: Bagaimana kebijakan media anda dalam menentukan Teknik liputan?

N: Intinya sebelum melakukan liputan, reporter mesti mencari tahu fakta-fakta narasumber atau melakukan pendalaman materi perihal apa yang akan diliput. Hal itu dimaksudkan supaya reporter tidak bingung ketika berada di lokasi, sekaligus mempermudah pekerjaannya. Biasanya redaktur juga menyiapkan TOR (term of reference) yang berisikan tema, latar belakang, daftar narasumber yang membantu reporter dalam peliputan.

P: Apa yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan Teknik liputan yang dilakukan?

N: Tergantung event yang akan diliput.

P: Bagaimana cara merencanakan suatu program berita dalam meliput tentang sepakbola Indonesia?

N: Diawali dari isu apa yang paling menarik digandrungi masyarakat. Biasanya kami mendapatkan data dari tim analis, SEO atau Medsos. Dari data yang mereka dapatkan, kami melakukan observasi lebih jauh hingga akhirnya tercipta artikel, video dan foto yang dibutuhkan masyarakat.

P: Untuk memulai perencanaan suatu berita, apakah mengadakan rapat redaksi?

N: Rapat redaksi dibutuhkan untuk mendapatkan angle-angle berita yang menarik.

P: Siapa saja peserta yang mengikuti rapat tersebut?

N: Rapat redaksi besar biasanya diikuti Pemred, Wapemred, Redpel dan Redaktur. Namun, untuk pemberitaan sepakbola lokal, kita biasanya hanya melakukan rapat internal di kanal Bola Okezone, yang meliputi Redpel, Redaktur dan Asisten Redaktur.

P: Kapan biasanya rapat tersebut dilaksanakan?

N: Biasanya rapat dilaksanakan 2 kali. Pagi dan Sore Hari. Pagi untuk rapat redaksi besar dan sore untuk rapat internal. Rapat pun waktunya fleksibel, bisa sebulan sekali atau bahkan seminggu sekali. Tergantung kebutuhan pemberitaan

P: Bagaimana rules dalam rapat tersebut?

N: Data dari tim analisis, Medsos dan SEO kita jadikan bahan rujukan untuk menciptakan angle-angle yang menarik. Misal di Google Trend pemberitaan soal Persib Bandung yang meminjamkan Geoffrey Castillion ramai diperbincangkan. Dari rapat tersebut, akan tercipta angle-angle menarik yang muncul dari Redpel atau Redaktur kanal lain soal pengembangan isu di atas.

P: Siapa yang memimpin rapat tersebut?

N: Rapat dipimpin oleh Pemimpin Redaksi (Rapat Besar) atau Redpel (Rapat kecil atau internal kanal bola)

P: Penentuan tema rapat tersebut datang dari siapa?

N: Penentuan tema Datang dari Pemimpin Redaksi.

P: Apa target dari pemberitaan olahraga di media ini, khususnya rubrik sepakbola? Apa pertimbangannya?

N: Mencapai Page View dan Unique View setinggi mungkin demi mendongkrak ranking Okezone di sejumlah alat hitung seperti Google Analytics, Comscore, Alexa dan lain-lain.

P: Apa saja strategi untuk mencapai target tersebut?

N: Terus memberikan inovasi kepada pembaca. Sekarang, Bola Okezone sedang getol mengencarkan berita soccertainment seperti kehidupan kekasih Cristiano Ronaldo maupun pasangan pesepakbola lain.

P: Apa saja sumber daya yang diperlukan?

N: Sumber daya yang Bola Okezone perlukan yaitu Reporter, Narasumber dan website asing (jika membahas olahraga atau sepakbola internasional).

P: Apa hambatan atau kendala yang biasa terjadi dalam proses perencanaan?

N: Sejauh ini tidak ada kendala dalam proses perencanaan.

P: Apa indikator keberhasilan pemberitaan olahraga di media anda?

N: Dibilang berhasil jika Unique View dan Page View Kanal Bola Okezone berada di posisi teratas, mengalahkan kanal besar lain seperti News, Lifestyle dan Celebrity.

P: Bagaimana penyusunan struktur organisasi dan pembagian tugas pekerjaan yang dijalankan redaksi media anda? Tolong jelaskan secara rinci.

N: Pemimpin Redaksi: Posisi ini harus mempertanggungjawabkan jalannya semua instrumen dalam satu kali masa liputan hingga edisi terbit/disiarkan. Bertanggungjawab terhadap keberhasilan dan kegagalan sebuah pemberitaan, baik dari sisi hukum atau lainnya. Ia harus menguasai semua teknis dan non-teknis pemberitaan, gaya, jenis dan metode bagaimana menjadikan sebuah berita/program layak jual atau layak terbit.

Wakil Pemimpin Redaksi: Memiliki tugas yang tidak jauh berbeda dari Pemimpin Redaksi. Ketika Pemimpin Redaksi berhalangan, Wakil Pemimpin Redaksi yang akan turun tangan.

Redaktur Pelaksana: Seorang redaktur pelaksana harus dapat berkomunikasi dengan baik dengan reporter di lapangan. Harus dapat menjawab pertanyaan reporter atau membantu reporter jika sewaktu-waktu mereka menemui kendala teknis di lapangan

Redaktur: Redaktur bertugas memberikan TOR/*outline* kepada reporter sesuai hasil rapat redaksi. Setiap editor harus memberikan panduan teknis lapangan ke reporter sebelum bertugas meliput suatu isu. Ini penting dilakukan, selain merupakan garis besar *outline*, seorang redaktur bertanggungjawab terhadap segala risiko yang bakal dialami reporter yang meliput isu yang diberikannya.

Asisten Redaktur: Membantu kerja redaktur, entah dalam proses pembuatan TOR, maupun penyuntingan artikel.

Reporter: Bertugas melakukan liputan sesuai hasil rapat redaksi (*inline*). Pelaksanaan liputan mengacu pada peran redaktur, yakni berupa penugasan (*term of reference*,

TOR/outline), pengusulan tunggal, dan isu hangat. Reporter dituntut tak hanya membuat artikel, namun juga mengambil foto dan vido.

P: Apa yang dilakukan keredaksian media anda dalam mengelola sumber daya yang ada?

N: Unsur pengawasan menjadi penting. Semua orang mesti bekerja sesuai job desk-nya masing-masing.

P: Berapa jumlah personil yang ada dalam kanal olahraga?

N: 11 orang yang terdiri dari 1 Redaktur Pelaksana, 1 Redaktur, 2 Asisten Redaktur dan 7 Reporter.

P: Bagaimana pembagian tugas dalam tim redaksi untuk mencari berita di redaksi media anda?

N: Semua reporter, asisten redaktur, redaktur dan redaktur pelaksana telah ditempatkan di kanal masing-masing, sehingga pemberitaan yang dibuat takkan bentrok. Masing-masing redaktur akan meng-order angle yang akan diproduksi reporter di masing-masing kanal.

P: Bagaimana tahap-tahap pengorganisasian dalam manajemen redaksi media anda?

N: Dalam hal ini, redaktur sudah mendapatkan serangkaian ide yang didapat di rapat redaksi sore atau pagi. Kemudian, serangkaian angle atau ide yang didapat redaktur, kemudian di-share kepada reporter untuk dieksekusi. Seperti yang sudah diutarakan di atas, demi memudahkan kerja reporter, redaktur menyiapkan TOR.

P: Apa yang biasanya menjadi hambatan atau kendala ketika tahap pengorganisasian berlangsung?

N: Terkadang kami sulit berinovasi, karena terbentur dengan aturan yang ditetapkan Dewan Redaksi. Semisal, berita Soccertainment perihal urusan ranjang pesepakbola tak bisa kami kembangkan, karena terbentur aturan dari Dewan Redaksi.

P: Apa job description pimpinan redaksi di media anda?

N: Mempertanggungjawabkan jalannya semua instrumen dalam satu kali masa liputan hingga edisi terbit atau disiarkan. Bertanggungjawab terhadap keberhasilan dan kegagalan sebuah pemberitaan, baik dari sisi hukum atau lainnya. Ia harus menguasai semua teknis dan non-teknis pemberitaan, gaya, jenis dan metode bagaimana menjadikan sebuah berita/program layak jual atau layak terbit.

P: Dalam prakteknya, siapa saja yang membantu pimpinan redaksi dalam mengarahkan jalannya proses redaksi?

N: Wakil Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana dan Redaktur.

P: Bagaimana alur kerja redaksi di media anda?

N: Rapat Redaksi – Pengumpulan Bahan Berita – Pengetikan dan Penulisan Berita – Penyuntingan atau Pengeditan Naskah Berita – Ketika sudah siap, artikel di-upload menggunakan alat bernama Content Management System (CMS).

P: Bagaimana cara melakukan penggerakan atau pengarahan pada saat produksi pemberitaan olahraga?

N: Redaktur memberi arahan kepada reporter berdasarkan TOR yang sudah diberikan.

P: Bagaimana cara melakukan penggerakan atau pengarahan pada anggota tim redaksi secara keseluruhan?

N: Masing-masing kanal memiliki Redaktur Pelaksana. Tiap Redaktur Pelaksana pun memiliki wewenang penuh untuk mengkoordinasi bawahannya seperti Redaktur, Asisten Redaktur dan Reporter.

P: Bagaimana peran seorang pimpinan dalam tim redaksi?

N: Memiliki peran yang sangat besar. Pemimpin Redaksi dituntut tak hanya menguasai atau memahami satu isu saja (misal kanal News), namun semua kanal mesti dikuasainya. Keistimewaan itu yang dimiliki Pemimpin Redaksi Okezone.

P: Bagaimana cara pimpinan berkomunikasi, memimpin dan memotivasi dalam tim redaksi agar selalu bisa bekerja dengan baik dalam mencapai tujuan? Berikan contoh

N: Komunikasi bisa melakukan via tatap muka atau aplikasi pesan singkat (WA). Setiap minggunya, kami dituntut mencapai Page View dan Unique View yang tinggi. Ketika kami masih jauh dari target, Pemred tidak tinggal diam. Ia selalu memberi masukan kepada Redaktur Pelaksana demi pengembangan konten.

P: Bagaimana cara mengarahkan peliputan produksi berita?

N: Redaktur yang dibantu Asisten Redaktur mengawasi langsung kerja reporter di lapangan, ataupun ketika reporter bekerja di ruangan.

P: Bagaimana cara agar selalu mampu ‘stay’ pada planning dan organizing yang telah disusun?

N: Fokus di jalur yang ada.

P: Apa kendala atau hambatan yang dihadapi?

N: Terkadang, perencanaan matang yang sudah disusun tiba-tiba berubah karena sebuah kejadian. Misal peliputan pemusatan latihan Timnas Indonesia U-19. Dalam perencanaan peliputan, kita siap mewawancarai pelatih dan pemain. Namun, tiba-tiba PSSI mengeluarkan pernyataan bahwa latihan digelar tertutup, serta pemain dan pelatih tak bisa diwawancarai.

P: Bagaimana cara melakukan pengawasan terhadap aktivitas kerja dan produksi berita?

N: Memantau langsung kerja reporter yang ada di lapangan via WA. Namun, untuk reporter olahraga, reporter lebih banyak berada di kantor (memproduksi berita olahraga internasional), sehingga lebih mudah untuk dikontrol. Nantinya, berita yang diproduksi Reporter akan diverifikasi Asisten Redaktur dan Redaktur. Jika isu yang dibuat reporter sensitif, akan dieskalasi ke Redpel, Wapempred bahkan Pemred.

P: Siapa yang bertugas dalam melakukan pengawasan? Apa kewenangan mereka?

N: Redaktur dan Redaktur Pelaksana mengawasi betul produksi berita hingga artikel naik tayang. Kewenangan Redaktur dan Redaktur Pelaksana berhak memberi instruksi kepada reporter untuk memproduksi artikel yang sedang dibutuhkan masyarakat.

P: Kapan pengawasan itu dilakukan?

N: Sedari Reporter mulai menjalani liputan di lapangan atau memproduksi artikel di kantor.

P: Apa yang jadi indikator dari redaksi bahwa tujuan perusahaan sudah tercapai atau belum?

N: Berada di posisi puncak alat hitung Comscore. Data Desember 2020, Okezone menempati posisi 8 Comscore.

P: Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan oleh tim keredaksian?

N: Bentuk evaluasi adalah seberapa besar Unique View (UV) dan Page View (PV) yang telah didapatkan redaksi Okezone selama satu minggu.

P: Hal apa saja yang menjadi bahan dalam evaluasi?

N: Ketepatan, kecepatan berita juga menjadi bahan evaluasi. Semakin akurat dan cepat berita yang diproduksi, otomatis meningkatkan branding perusahaan.

P: Apakah evaluasi yang dilakukan berdampak pada peningkatan pada bulan setelahnya?

N: Iya berdampak positif.

P: Bagaimana cara memberitakan berita olahraga, khususnya sepakbola nasional?

N: Ada tiga cara. Liputan langsung, wawancara narasumber by phone atau mengutip dari website resmi seperti PSSI maupun laman klub.

P: Bagaimana cara keredaksian media anda untuk menentukan sebuah isu olahraga menarik untuk dijadikan sebuah berita? Apa parameter menarik atau tidaknya?

N: Google Trend. Dari situ, keyword yang paling banyak dicari di Google terus kita kembangkan.

P: Menurut anda, berita olahraga apa yang paling diminati selama ini di media anda?

N: Untuk saat ini, berita Soccerainment yang meliputi kehidupan kisah cinta pesepakbola jadi yang paling dicari. Kisah pesepakbola mualaf, update MotoGP juga banyak dicari pembaca.

P: Untuk sepakbola sendiri, seputar apa saja berita dan informasi yang sering diberitakan?

N: Mulai dari preview dan review pertandingan, bursa transfer, kisah nyeleneh di luar lapangan, Soccerpedia dan Soccertainment

P: Bagaimana pembagian informasi olahraga sepakbola dan lainnya? Apakah ada rubrik tersendiri atau bagaimana?

N: Di Okezone terdapat rubrik/kanal Bola dan Sport. Di Kanal Bola, terdapat Sub Kanal Liga Champions, Liga Inggris, Liga Italia, Liga Spanyol, Liga Indonesia dan Sepakbola Dunia. Untuk Kanal Sport, terdapat Sub Kanal MotoGP, F1, Netting, Basket dan Sport Lain.

P: Bagaimana tugas yang dilakukan tim redaksi dalam mendapatkan informasi terkait olahraga sepakbola dan lainnya secara akurat?

N: Observasi matang, baik melalui narasumber maupun mengutip dari website resmi.

P: Darimana sumber atau narasumbernya berasal?

N: Untuk berita sepakbola internasional, sumber berita bisa dikutip dari media-media asing seperti Football Italia, The Sun, Daily Mail dan banyak lagi. Di media-media asing tersebut, sudah terdapat kutipan narasumber yang bisa kita jadikan berita.

Untuk berita sepakbola nasional, narasumber kita cari sesuai kecocokan tema yang mau kami angkat.

P: Bagaimana cara tim redaksi dalam mendapatkan hasil dan ringkasan setelah pertandingan?

N: Untuk pertandingan internasional, hasil pertandingan bisa kita saksikan via televisi atau streaming. Untuk ringkasan hasil laga, bisa didapatkan di website asing atau di akun Twitter statistik seperti Opta. Untuk pertandingan sepakbola nasional tidak jauh berbeda ketimbang pertandingan internasional. Namun, jika pertandingan bisa kita jangkau semisal laga digelar di Gelora Bung Karno atau Jabodetabek, Reporter akan meliput langsung ke lokasi.

P: Apakah ada pemberitaan mengenai kisah-kisah diluar lapangan yang bersangkutan dengan sepakbola? Seperti kisah atlet, kisah klub atau lainnya? Jika iya, bagaimana cara tim redaksi mengangkat atau membuat sebuah berita tentang kisah-kisah di luar lapangan?

N: Ada. Untuk atlet luar negeri, kita bisa mengutip dari website asing yang pernah membahas kehidupan atlet atau kisah klub. Untuk atlet atau klub dalam negeri, kita melakukan wawancara langsung untuk mengangkat kisah mereka.

P: Bagaimana cara menampilkan kritik terhadap seorang atlet atau terhadap olahraga secara keseluruhan, khususnya sepakbola?

N: Kami mencari orang yang kompeten untuk melontarkan kritik kepada buruknya performa tim atau perorangan, biasanya seorang pengamat sepakbola atau pandit. Nantinya, komentar orang tersebut kami dukung dengan data-data yang sebelumnya kami telah observasi.

P: Siapa biasanya yang menulis kritik tersebut? Apakah memang pandit dari olahraga yang bersangkutan atau dari tim redaksi media anda sendiri?

N: Biasanya dari media kami sendiri. Ucapan si pandit akan kami produksi menjadi sebuah berita yang berisikan kritik.

P: Dalam lingkup berita, bagaimana tim redaksi memberikan porsi berita pada pemberitaan sepakbola khususnya sepakbola nasional? Seberapa besar porsi yang diberikan untuk masing-masing lingkup beritanya?

N: Berhubung sepakbola nasional sedang mati suri, komposisi pemberitaan sepakbola nasional tak terlalu besar, yang mana hanya dikisaran 10-15 persen dari total berita yang kita buat per harinya (setiap harinya ada 90 artikel bola yang diproduksi). Berita sepakbola internasional masih menjadi prioritas karena di Bola Okezone, pembaca lebih banyak mencari artikel-artikel seputar Soccertainment ataupun klub-klub top Eropa seperti Manchester United, Liverpool, Juventus, Real Madrid dan Barcelona.

P: Jenis olahraga apa yang sering dijadikan pemberitaan? Misal sepakbola atau badminton serta olahraga lainnya? Mengapa jenis olahraga tersebut lebih sering digunakan pada pemberitaan?

N: Sepakbola. Seperti yang diketahui, sepakbola menjadi olahraga yang paling favorit di dunia. Olahraga ini lebih sering digunakan menjadi pemberitaan karena pembacanya jauh lebih banyak ketimbang cabang olahraga lain seperti Bulu Tangkis, MotoGP, F1 dan lain-lain.

P: Bagaimana standar pada ukuran berita di situs web media anda? dan apa saja isi dari berita tersebut?

N: Isi dari berita meliputi Judul, Summary (ringkasan berita), lead (kepala berita), body berita, back link yang mengarah ke keyword, infografis (jika ada), foto dan video (jika ada yang sesuai).

P: Bagaimana tujuan berita yang dibuat dalam menyajikan berita sepakbola?

N: Memberikan informasi yang akurat, cepat dan menarik kepada pembaca.

P: Apa saja nilai berita yang menjadi standar di redaksi media anda?

N: Kedekatan, Aktual, Keluarbiasaan, Ketokohan, Luasnya pengaruh kepada masyarakat, dampak, kemanusiaan, konflik, Human Interest, Sex dan keanehan.

P: Bagaimana redaksi media mengemas dan menyajikan keterangan mengenai aturan dari olahraga, khususnya sepakbola dalam sebuah berita?

N: Ada banyak aturan di sepakbola, semisal laga yang digelar 2x45 menit, panjang lapangan 90-120 meter dan lain-lain. Serangkaian aturan itu bisa dirangkum dalam satu artikel. Tentunya observasi mesti kita lakukan, hingga akhirnya tercipta artikel seperti ini: <https://bola.okezone.com/read/2020/11/19/51/2312366/aturan-aturan-dasar-sepakbola>

P: Apakah ada pemberitaan tentang sejarah-sejarah dari olahraga? Jika ada, apa yang biasanya diangkat? Seperti pembahasan mengenai sejarah liga, sejarah klub atau lainnya?

N: Ada. Mayoritas sejarah klub-klub tenar pernah kami bahas. Mulai dari siapa saja pendiri klub, perubahan klub nama di tengah jalan (Newton Heath berganti nama menjadi Manchester United pada 1902), perpindahan stadion, prestasi terdahulu, kini dan banyak lagi.

P: Darimana sumber pemberitaan sejarah tersebut berasal?

N: Website asing atau laman resmi klub.

P: Bagaimana pemberitaan olahraga (khususnya sepakbola) dari sudut pandang fans/penggemar? Apalagi di sepakbola nasional terkenal dengan fans-fansnya yang fanatic

N: Sejauh ini, kami belum bekerja sama dengan komunitas fans sepakbola. Namun, berita yang kami produksi selalu diunggah di media sosial. Terkadang di situlah, fans request soal pemberitaan apa yang harus kami buat.

Terbaru, kami membuat artikel soal karier pesepakbola Eropa setelah memutuskan pensiun. Saat itu, netizen membuat feed back, yang mana mereka meminta kami untuk membahas karier pesepakbola nasional setelah memutuskan pensiun.

P: Apa yang biasanya diangkat dalam pemberitaan tentang penggemar tersebut?

N: Terkait Human Interest.

P: Apakah redaksi media anda menyajikan pemberitaan mengenai analisis yang berkaitan dengan olahraga? analisis bisa mengenai performa atlet/tim/organisasi olahraga berdasarkan faktor-faktor penyebabnya seperti kekompakkan antar atlet, antar atlet dengan pelatih, serta persoalan yang terjadi di kalangan atlet dan/atau organisasi olahraga.

N: Iya kami juga membahasnya. Kami memberikan analisis berdasarkan data yang ada di lapangan maupun wawancara.

P: Menurut anda, apa peran media dalam perkembangan olahraga nasional hingga saat ini?

N: Media memiliki peran penting dalam perkembangan olahraga nasional. Beberapa peranan penting media adalah, meningkatkan popularitas olahraga, mendukung

program olahraga yang dicanangkan pemerintah plus melahirkan pahlawan-pahlawan baru di dunia olahraga Tanah Air.

P: Selama ini, apakah media massa ataupun online memiliki hubungan yang erat dengan olahraga?

N: Jelas memiliki kaitan erat. Ketika olahraga sedang mati suri atau berjalan normal, media tetap memberitakan kondisi olahraga Tanah Air.

P: Bagaimana dampak yang didapat oleh media anda Ketika mempublish berita olahraga?

N: Tentu yang pertama kami mendapatkan traffic atau pembaca. Kedua, kami mendapatkan kepercayaan dari pembaca karena menampilkan artikel yang mengandung nilai berita.

P: Menurut anda, apa pengaruh media anda terhadap perkembangan olahraga? Apakah tidak berpengaruh (netral) atau membantu atau malah mengganggu?

N: Ada banyak cabang olahraga yang tidak populer, salah satunya Bridge (kartu) yang dipertandingkan di Asian Games 2018. Namun, setelah media-media Tanah Air memberitakan cabang olahraga tersebut, olahraga Bridge mulai berkembang di Indonesia.

P: Bagaimana cara redaksi media untuk menjaga kenetralan dalam pemberitaan olahraga?

N: Memberitakan sesuai fakta dan data, tanpa memasukkan unsur opini.

P: Isu apa yang biasa diangkat ketika Indonesia ikut serta atau menjadi tuan rumah sebuah event olahraga?

N: Ketika Indonesia menjadi tuan rumah event olahraga (contoh Asian Games 2018), banyak yang bisa diangkat. Tidak hanya hasil pertandingan, namun juga sisi lain di luar arena. Semisal Human Interest cerita pedagang merchandise dan lain-lain.

Kemeriahan suporter Indonesia yang dikenal fanatik juga menarik untuk dijadikan artikel. Jadi intinya, bukan hanya sukses prestasi, sukses penyelenggaraan mesti dicapai Indonesia saat menjadi tuan rumah.

P: Ketika event tersebut berlangsung, apakah berita tentang event tersebut selalu menjadi headline?

N: Selama dua minggu penuh, Asian Games 2018 menjadi headline di Okezone. Indonesia juara umum pencak silat, plus momen pelukan Prabowo dan Jokowi menjadi salah satu momen menarik di Asian Games 2018.

P: Bagaimana trend pemberitaannya?

N: Trennya agak menurun menjelang ajang berakhir. Sebab, biasanya kontingen Indonesia sudah merampungkan pertandingan jelang multievent berakhir.

P: Jika event tersebut berbentuk seperti Olimpiade, Asian Games atau SEA Games, apakah media hanya memfokuskan pada kontribusi Indonesia saja? Jika iya, apakah ada semacam laman khusus atau rubrik khusus untuk **membahas event tersebut?**

N: Kontingen Indonesia menjadi prioritas, namun bukan berarti kontingen lain tidak diberitakan. Banyak atlet tampan, cantik, dan pemecah rekor yang jadi buruan jurnalis Indonesia. Sepanjang penyelenggaraan Asian Games 2018, kami memunculkan Sub Kanal Asian Games 2018.

P: Isu apa saja yang sering ditonjolkan dalam pemberitaan liga sepakbola Indonesia?

N: Preview dan review pertandingan, aksi suporter, kisah masa kecil pemain, bursa transfer, konflik dan banyak lagi.

P: Apakah ada tim keredaksian khusus untuk pemberitaan liga sepakbola Indonesia?

N: Tidak ada. Semua elemen di kanal Olahraga wajib membuat artikel Liga Indonesia.

P: Bagaimana alur redaksi media anda Ketika meliput dan memberitakan tentang Liga sepakbola Indonesia?

N: Setelah mengadakan rapat internal, Redaktur menyiapkan TOR kepada reporter. Nantinya, TOR tersebut akan memudahkan pekerjaan reporter saat melakukan peliputan. Kemudian, hasil liputan reporter akan diproduksi dalam bentuk naskah. Nantinya, naskah diverifikasi Asisten Redaktur atau Redaktur untuk ditayangkan melalui alat bernama CMS.

P: Apa kendala Ketika meliput atau memberitakan tentang sepakbola nasional?

N: Kericuhan antarsuporter terkadang mengancam keselamatan reporter.

P: Apakah pemberitaan tentang liga sepakbola nasional memiliki minat yang tinggi?

N: Ketika kompetisi bergulir normal, artikel seputar Persib Bandung dan Arema FC kerap menjadi terpopuler di kanal kami,

P: Bagaimana porsi pemberitaan klub-klub lokal yang berpartisipasi di liga?

N: Kami fokus ke tim-tim yang memiliki basis suporter besar seperti Persib Bandung, Arema FC, Persija Jakarta dan Persebaya Surabaya. Sebab, kami sebagai media online fokus mengejar traffic, sehingga cukup selektif perihal pemberitaan.

Namun, untuk hasil pertandingan, seluruh hasil pertandingan kontestan Liga Indonesia tetap kami buat.

P: Apakah ada klub yang sering diberitakan?

N: Persib Bandung dan Arema FC

P: Berdasarkan apa redaksi media mengangkat berita tentang suatu tim? Apakah berdasarkan prestasi, hasil pertandingan, transfer atau apa?

N: Basis suporter yang besar di Indonesia, membuat fans mereka haus akan informasi update klub kesayangan mereka.

P: Bagaimana redaksi media anda menanggapi penundaan hingga pemberhentian Liga Indonesia tahun 2020?

N: Media dituntut netral dalam menyikapi pemberhentian Liga Indonesia 2020. Namun, jika secara pribadi, sangat disayangkan karena kompetisi sepakbola lain di Asia Tenggara tetap berjalan pada 2020, dan untuk edisi tahun ini mulai bergulir bulan ini (ambil contoh Liga Malaysia yang bergulir Februari ini). Jika alasannya lonjakan kasus positif Covid-19 yang membuat izin kepolisian tak kunjung turun, Indonesia dapat melihat Inggris. Jumlah kasus positif Covid-19 di Inggris jauh lebih besar ketimbang Indonesia. Namun, dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat, Liga Inggris 2020-2021 tetap digelar meski dihelat tanpa penonton.

P: Apakah dengan penundaan dan pemberhentian tersebut minat terhadap pemberitaan Liga Indonesia turun?

N: Ya menurun drastis.

P: Apa dampak yang paling signifikan dari pandemi ini terdapat keredaksian di media anda?

N: Rapat mingguan yang biasanya diadakan secara tatap muka, kini diadakan secara daring atau melalui aplikasi zoom. Begitu juga dalam hal peliputan. Biasanya reporter datang ke lokasi untuk meliput sebuah acara. Kini, reporter kerap menghadiri acara seminar, konferensi pers dan lain-lain melalui webinar.

P: Dikala pandemi, bagaimana pembagian kerja yang diberikan dalam struktur keredaksian media anda?

N: Tetap berjalan normal seperti biasa.

P: Bagaimana pembagian keredaksian menyikapi pembatasan dikala pandemic ini? (Work from home dan Work from Office)

N: Komposisi WFO dan WFH sempat berubah-ubah. Di awal masa pandemi, komposisinya WFO-WFH 50:50. Kemudian, WFO 25:WFH75. Sekarang, komposisinya adalah WFO-WFH 50:50

P: Bagaimana proses produksi dari awal sampai sebuah berita itu dikatakan layak untuk dipublikasikan dikala pandemi? Apakah ada perbedaan yang signifikan dengan situasi normal?

N: Tetap sama. Hal yang membedakan, reporter yang biasanya memproduksi berita di lapangan, kini mereka membuat berita di rumah atau di kantor. Sebab, penyelenggara acara lebih sering menggelar webinar ketimbang mengadakan tatap muka langsung.

P: Dan bagaimana proses produksi tersebut untuk berita-berita tentang dikala liga sepakbola nasional saat itu masih ditunda?

N: Sekarang, reporter lebih banyak mengutip berita dari website resmi klub dan media sosial. Kemudian, artikel yang dibuat reporter akan diverifikasi Asisten Redaktur atau Redaktur untuk di-upload.

P: Dikala pandemi seperti saat ini apa saja kendala dan hambatan yang dihadapi oleh manajemen redaksi?

N: Di level redaksi, tidak ada kendala dan hambatan yang dihadapi redaksi. Hanya saja, sekarang jika pun ada peliputan di lapangan, protokol kesehatan sangat diterapkan, Tak jarang, reporter harus melakukan tes SWAB PCR di lokasi liputan.

P: Bagaimana mengatasi kendala dan hambatan tersebut?

N: Aman terkendali.

P: Bagaimana informasi didapatkan oleh reporter disaat pandemi ini? Apakah liputan langsung atau mengolah sumber tertulis yang telah ada sebelumnya?

N: Liputan langsung (sangat jarang), webinar di zoom atau mengutip dari sumber resmi.

P: Berapa lama waktu deadline yang diberikan kepada para reporter?

N: Deadline di media online adalah secepat-cepatnya. Jadi, isu atau angle yang sudah disiapkan redaktur harus secepat-cepatnya diproduksi reporter.

P: Apa saja kebijakan baru yang dibuat setelah pandemic ini terjadi?

N: WFO-WFH 50:50. Penerapan protokol kesehatan yang ketat tiap kali masuk kantor.

P: Protokol kesehatan apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam beradaptasi dengan pandemic ini?

N: Wajib mencuci tangan ketika hendak memasuki gedung. Ketika masuk gedung pun, suhu tubuh karyawan dicek, dan tidak boleh melebihi 37.5 derajat. Tempat duduk antarkaryawan pun diberi jarak sekira 1,5 meter demi mematuhi aturan jaga jarak.

Bagi karyawan yang baru bepergian dari luar kota entah untuk urusan pekerjaan maupun pribadi, wajib menyertakan hasil Swab Antigen.

P: Bagaimana kebijakan redaksi media anda dalam menentukan sebuah topik, isu atau peristiwa ketika status Liga Indonesia belum diputuskan oleh PSSI?

N: Ketika status Liga Indonesia belum diputuskan, pasti pemain dan klub yang menjadi korban. Sebab, ketiadaan kompetisi membuat mereka kehilangan banyak pemasukan. Sejumlah sponsor batal bekerja sama dengan beberapa klub. Sementara pemain, hanya mendapatkan gaji sebesar 25 persen. Karena itu, perjuangan pemain bertahan hidup di masa pandemi kami kerap buat artikelnnya.

P: Bagaimana kebijakan media anda dalam menentukan siapa atau apa yang akan menjadi sumber berita di tengah pandemic?

N: Ketokohan atau nama yang memiliki wewenang untuk berbicara, menjadi faktor utama kami dalam memilih sumber berita atau narasumber.

P: Bagaimana kebijakan media anda dalam menentukan Teknik liputan di tengah pandemi?

N: Teknik liputan wawancara tetap kami andalkan di masa pandemi. Meski tidak bisa dilakukan secara tatap muka, wawancara bisa dilakukan by phone atau zoom.

P: Bagaimana mekanisme peliputan olahraga dikala pandemi?

N: Peliputan di masa pandemi lebih banyak dialihkan ke zoom. Ambil contoh agenda seminar atau konferensi pers yang kerap dibuat Kemenpora. Di luar media televisi, Kemenpora menyarankan jurnalis media online, cetak dan lain-lain untuk memantau konferensi pers atau seminar via zoom.

P: Protokol apa saja yang harus dilewati ketika saat akan terjun meliput?

N: Namun, ada juga beberapa acara digelar tatap muka, salah satunya pelantikan Karate. Ketika reporter sampai ke lokasi, lebih dulu dilakukan SWAB Antigen. Jika hasilnya negatif, diizinkan mengikuti jalannya acara. Jika positif, akan dilakukan Tes SWAB PCR.

P: Dikala pandemi ini, apakah liputan di luar (langsung di lapangan) dibatasi?

N: Iya sangat dibatasi. Acara lebih banyak dialihkan ke daring atau via zoom.

P: Untuk sepakbola sendiri, pemberitaan apa yang sering diangkat dikala pandemic ini?

N: Harapan si pesepakbola terkait kelanjutan kompetisi dan kehidupan pesepakbola di masa pandemic.

P: Bagaimana proses peliputan olahraga, khususnya sepakbola dikala pandemic ini?

N: Peliputan di masa pandemi lebih banyak dialihkan ke zoom. Ambil contoh agenda seminar atau konferensi pers yang kerap dibuat PSSI. Di luar media televisi, PSSI menyarankan jurnalis media online, cetak dan lain-lain untuk memantau konferensi pers atau seminar via zoom.

P: Sumber-sumber berita apa saja yang digunakan untuk liputan?

N: Kejadian terdahulu bisa dijadikan background untuk mengembangkan isu yang akan kami liput.

P: Siapa saja narasumber yang diwawancarai?

N: Tokoh yang relevan dengan isu yang mau dikembangkan. Semisal kelanjutan kompetisi. Beberapa pihak yang bisa dijadikan narasumber adalah Ketua Umum PSSI, Direktur Utama PT LIB, Pelatih, Pemain dan Manajemen Klub.

P: Bagaimana kualitas informasi yang diberikan oleh narasumber?

N: Cukup maksimal.

P: Dikala pandemi dan dikala belum adanya kejelasan Liga sepakbola Nasional saat itu, topik apa yang diangkat tentang sepakbola nasional?

N: Harapan si pesepakbola dan pelatih terkait kelanjutan kompetisi, serta kehidupan pesepakbola di masa pandemi

P: Selama ini, bagaimana pandangan media anda tentang penundaan Liga Indonesia tahun 2020?

N: Media dituntut netral dalam menyikapi pemberhentian Liga Indonesia 2020.

P: Bagaimana trend pemberitaannya?

N: Tren pemberitaan agak menurun di masa pandemi ini.

P: Menurut anda, apa peran media dalam penundaan event tersebut?

N: Memberi informasi kepada pembaca secara up to date terkait kelanjutan kompetisi.

P: Selama ini, bagaimana keredaksian media anda dalam pemberitaan liga Indonesia di tahun-tahun sebelumnya? Khususnya saat liga Indonesia ditunda.

N: Ikut serta dalam memberitakan perkembangan kelanjutan kompetisi. Ambil contoh ketika kompetisi Liga Indonesia (QNB League) 2015 dihentikan. Kita bersikap netral dan memberitakan secara kompherensif terkait alasan Kemenpora mengintervensi kompetisi Liga Indonesia saat itu.

P: Pasca keputusan dibatalkannya Liga 1 dan Liga 2 oleh PSSI, apa rencana dari redaksional media anda dalam meliput tentang liga sepakbola nasional?

N: Pasca keputusan tersebut, kami meminta respons pemain, pelatih setelah kompetisi dibatalkan. Mewawancara pemain, salah satunya menanyakan terkait apakah si pemain tertarik bermain di luar negeri hingga kompetisi Tanah Air dilanjutkan

P: Apa target dari pemberitaan tentang liga sepakbola nasional setelah dipastikan batal? Apa pertimbangannya?

N: Tidak ada target yang signifikan karena tren pembaca di Liga Indonesia menurun.

P: Apa strategi untuk mencapai target tersebut? Ditambah lagi saat ini sedang pandemic

N: Ketika kompetisi dihentikan, tren pemberitaan sepakbola nasional menurun. Karena itu, supaya target UV dan PV tetap tercapai, kami mengejar traffic dengan membahas perkembangan sepakbola internasional.

P: Di situasi pandemic seperti ini, bagaimana redaksi media anda menentukan tema atau isu mengenai sepakbola? Apakah tetap ada rapat redaksi?

N: Rapat redaksi tetap diadakan pagi dan sore hari. Rapat internal yang melibatkan Redpel, Redaktur dan Asred tetap dijalankan setiap hari.

P: Bagaimana protokol yang diterapkan jika ada rapat dilakukan? Apakah dilakukan secara daring atau ada pembatasan?

N: Untuk rapat harian, rapat tetap diadakan di ruangan besar. Protokol yang dijalankan adalah menjaga jarak dan menggunakan masker.

P: Bagaimana pembagian tugas dalam membuat berita sepakbola nasional di tengah situasi pandemic?

N: Sebanyak tujuh reporter yang kami miliki mendapatkan tugas yang sama untuk membuat artikel soal sepakbola nasional. Cara kami mendapatkan sumber berita bisa melalui wawancara by phone atau mengutip dari sumber resmi.

P: Berapa jumlah personilnya?

N: Tujuh reporter.

P: Bagaimana alur kerja redaksi di media anda di pandemi seperti ini? Apakah ada perbedaan dengan saat situasi normal?

N: Tetap berjalan normal. Cuma yang membedakan, ada yang WFH dan WFO.

P: Bagaimana cara melakukan pergerakan atau pengarahan pada saat produksi pemberitaan olahraga dikala pandemi saat ini?

N: Di masa pandemi seperti ini, pemberitaan olahraga lebih banyak dilakukan secara daring. Jadi, reporter lebih mudah untuk dikontrol karena bekerja stand by di kantor atau di rumah.

P: Di tengah pandemi seperti saat ini, bagaimana cara pimpinan berkomunikasi, memimpin dan memotivasi dalam tim redaksi agar selalu bisa bekerja dengan baik dalam mencapai tujuan?

N: Pimpinan konsisten memberikan arahan di sepanjang hari. Melalui Grup WA, pemimpin redaksi menyajikan angle-angle yang mesti digarap demi mendongkrak traffic atau menarik pembaca.

P: Bagaimana cara melakukan pengawasan terhadap aktivitas kerja dan produksi berita dikala pandemi?

N: Tetap berjalan seperti biasa. Tidak ada alasan untuk menurunkan proses pengawasan di masa pandemi.

P: Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan oleh tim keredaksian saat ini? Apakah sama ketika tidak pandemi?

N: Evaluasi tetap sama seperti sebelum pandemi.

P: Ketika pengumuman resmi pembatalan Liga Sepakbola Nasional dirilis PSSI, bagaimana trend pemberitaan yang muncul?

N: Tren pemberitaan tidak terlalu besar. Sebab, sejak awal mayoritas pembaca sudah mengetahui bahwa kompetisi tak bisa dilanjutkan karena tidak mendapatkan izin dari kepolisian.

P: Apakah pemberitaan tentang pembatalan Liga 1 dan Liga 2 tersebut menjadi berita utama, paling banyak dibahas dan diminati ketimbang berita olahraga yang lain?

N: Tidak menjadi berita utama. Berita utama di Kanal Bola Okezone tetap berita sepakbola Internasional.

P: Setelah pengumuman tersebut hingga sekarang, apa isu yang sering diangkat menjadi berita sepakbola nasional? Apakah masih tentang pembatalan tersebut?

N: Setelah pengumuman tersebut, yang banyak dibahas adalah banyaknya pemain di Liga Indonesia yang menjajal karier di luar negeri.

P: Bagaimana pandangan media anda tentang dibatalkannya Liga Indonesia tahun 2020 setelah mengalami cukup lama ketidakjelasan?

N: Media dituntut netral.

Transkrip Wawancara JawaPos.com (Jawaban Tertulis) – Mohamad Nur Asikin (Editor)

P: Bagaimana struktur organisasi yang berlaku dalam redaksi perusahaan anda?

N: Pimred-Korlip-Redaktur-Reporter

P: Apakah setiap rubric keredaksiannya berbeda beda?

N: Ya, redaktur dan reporter sendiri-sendiri ada spesialisasi.

P: Bagaimana cara struktur keredaksian media anda memunculkan inovasi? Baik itu secara eksternal dan internal?

N: Listing ide tiap pagi oleh setiap reporter. Rapat redaksi sekali dalam seminggu.

P: Apa yang membedakan redaksional anda dengan media lain?

N: Dalam garis besarnya tidak ada perbedaan signifikan.

P: Bagaimana cara mengimplementasikan fungsi manajemen (Planning, Organizing, Actuating dan Controlling) dalam redaksional media anda?

N: Selain rapat redaksi sekali dalam seminggu, juga ada listing ide tiap pagi dari reporter. Kemudian alur ketika ada usulan jelas dari bawah ke atas.

P: Bagaimana proses produksi dari awal sampai sebuah berita itu dikatakan layak untuk dipublikasikan?

N: Tulisan reporter diedit redaktur, diperiksa korlip, diperiksa editor bahasa, dan dipublish redaktur. Tulisan harus coverbothside ketika melibatkan dua pihak atau lebih.

P: Bagaimana pola/alur kerja dalam memberitakan sepakbola di media anda?

N: Untuk sepak bola lokal, reporter liputan langsung. Kemudian konsultasi ke redaktur sebelum membuat angle tersebut. Untuk sepak bola internasional, reporter membuat tulisan lewat pelbagai sumber dari luar (internet). Dusahakan media-media yang mainstream dan dari website resmi klub.

P: Melibatkan siapa sajakah/bagian apa saja dalam pembuatan suatu berita?

N: Pastinya ada narasumber atau pihak yang berkaitan dengan berita yang akan dibuat. Bisa wawancara langsung, by phone, atau email. Kemudian reporter konsultasi dengan redaktur dan korlip untuk prosesnya.

P: Bagaimana cara peliputan dilakukan?

N: Wawancara langsung dengan nara sumber yang diutamakan. Kemudian by phone dan by email.

P: Bagaimana informasi didapatkan oleh reporter? Apakah liputan langsung atau mengolah sumber tertulis yang telah ada sebelumnya?

N: Sesuai kaidah jurnalistik, harus liputan langsung dan ini mutlak. Untuk berita luar, mengolah dari sumber-sumber luar terpercaya.

P: Bagaimana redaksi menentukan berita mana yang layak dimuat maupun yang tidak layak dimuat? Faktor apa sajakah yang menentukan layak atau tidaknya suatu berita dimuat?

N: Tulisan reporter sudah mengikuti kaidah jurnalistik yakni 5 W + 1 H. Kemudian, narasumber benar-benar diwawancara langsung atau by phone atau by email. Kemudian ada coverbothside ketika melibatkan dua pihak atau lebih. Berita tersebut tidak menyudutkan satu pihak saja tanpa ada hak jawab dan tak mengandung unsur SARA.

P: Bagaimana kebijakan redaksi media anda dalam menentukan sebuah topik, isu atau peristiwa? Apa saja pertimbangannya?

N: Peristiwanya kita beritakan sebagai awalan dalam berita. Kemudian, perlu digali apa sebab dari peristiwa itu dan dampaknya apa. Tentu saja, peristiwa-peristiwa yang menyerang satu pihak tanpa hak jawab, sebisa mungkin dihindari. Kita juga berusaha untuk memberikan berita yang sedang hangat dan baru di masyarakat.

P: Bagaimana kebijakan media anda dalam menentukan siapa atau apa yang akan menjadi sumber berita?

N: Narsum tersebut harus benar-benar kredibel dan bersikap netral.

P: Apa yang menjadi alasan pemilihan sumber berita tersebut?

N: Kapasitasnya terpenuhi.

P: Bagaimana kebijakan media anda dalam menentukan Teknik liputan?

N: 5 W + 1 H

P: Apa yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan Teknik liputan yang dilakukan?

N: Sesuai dengan kaidah jurnalistik.

P: Bagaimana cara merencanakan suatu program berita dalam meliput tentang sepakbola Indonesia?

N: Terlebih dahulu mendalami isu yang terjadi.

P: Untuk memulai perencanaan suatu berita, apakah mengadakan rapat redaksi?

N: Benar ada rapat redaksi atau paling tidak reporter konsultasi dengan redaktur/korlip.

P: Siapa saja peserta yang mengikuti rapat tersebut?

N: Reporter, Redaktur, Korlip, Pimred.

P: Kapan biasanya rapat tersebut dilaksanakan?

N: Rapat besar satu kali dalam seminggu. Untuk ide, setiap hari konsultasi via WA.

P: Bagaimana rules dalam rapat tersebut?

N: Dalam rapat besar, reporter memaparkan ide dan tema tulisan.

P: Siapa yang memimpin rapat tersebut?

N: Pimred, Korlip

P: Penentuan tema rapat tersebut datang dari siapa?

N: Reporter dan dimatangkan Redaktur.

P: Apa target dari pemberitaan olahraga di media ini, khususnya rubrik sepakbola? Apa pertimbangannya?

N: Mengutamakan sepak bola lokal. Fanatisme masyarakat Indonesia terhadap sepak bola lokal sangat tinggi.

P: Apa saja strategi untuk mencapai target tersebut?

N: Strateginya dengan memperbanyak berita sepak bola lokal.

P: Apa saja sumber daya yang diperlukan?

N: Reporter, nara sumber yang kompeten

P: Apa hambatan atau kendala yang biasa terjadi dalam proses perencanaan?

N: Terkadang ada nara sumber yang susah diwawancara/ditemui apalagi sedang di situasi pandemi.

P: Apa indikator keberhasilan pemberitaan olahraga di media anda?

N: Tulisan sesuai kaidah jurnalistik dan tema yang diangkat dibaca banyak audiens.

P: Bagaimana penyusunan struktur organisasi dan pembagian tugas pekerjaan yang dijalankan redaksi media anda? Tolong jelaskan secara rinci.

N: Reporter mengusulkan ide, kemudian Redaktur memberikan arahan dan pematangan ide, dan Redaktur memberikan penugasan ke Reporter. Redaktur langsung memberikan penugasan ke Reporter.

P: Apa yang dilakukan keredaksian media anda dalam mengelola sumber daya yang ada?

N: Terus melakukan pembelajaran.

P: Berapa jumlah personil yang ada dalam kanal olahraga?

N: 3 orang

P: Bagaimana pembagian tugas dalam tim redaksi untuk mencari berita di redaksi media anda?

N: 3 orang tersebut bertanggung jawab terhadap kanal olahraga, termasuk sepak bola.

P: Bagaimana tahap-tahap pengorganisasian dalam manajemen redaksi media anda?

N: Sesuai dengan susunan Redaksi.

P: Apa yang biasanya menjadi hambatan atau kendala ketika tahap pengorganisasian berlangsung?

N: Selama ini proses berjalan lancar.

P: Apa job description pimpinan redaksi di media anda?

N: Memperbanyak jaringan ke pihak lain, memperhatikan konten, membina link dengan pengiklan.

P: Dalam prakteknya, siapa saja yang membantu pimpinan redaksi dalam mengarahkan jalannya proses redaksi?

N: Korlip dan redaktur.

P: Bagaimana alur kerja redaksi di media anda?

N: Tulisan reporter diedit redaktur, diperiksa korlip, diperiksa editor bahasa, dan dipublish redaktur.

P: Selain yang sudah disebutkan, apa saja job description dari masing-masing bagian di keredaksian media anda?

N: Meningkatkan jumlah pembaca kanal yang diampu.

P: Bagaimana cara melakukan penggerakan atau pengarahan pada saat produksi pemberitaan olahraga?

N: Saling mensupport.

P: Bagaimana cara melakukan penggerakan atau pengarahan pada anggota tim redaksi secara keseluruhan?

N: Saling memberikan dukungan.

P: Bagaimana peran seorang pimpinan dalam tim redaksi?

N: Mengarahkan kepada anggota tim.

P: Bagaimana cara pimpinan berkomunikasi, memimpin dan memotivasi dalam tim redaksi agar selalu bisa bekerja dengan baik dalam mencapai tujuan? Berikan contoh.

N: Turut mematangkan ide dari reporter.

P: Bagaimana cara mengarahkan peliputan produksi berita?

N: Memberikan penugasan ke reporter dan menentukan siapa-siapa yang harus dijadikan nara sumber. Kemudian, di lapangan diminta improve.

P: Bagaimana cara agar selalu mampu 'stay' pada planning dan organizing yang telah disusun?

N: Selalu berpegangan pada ide dan tema yang akan dikerjakan.

P: Apa kendala atau hambatan yang dihadapi?

N: Narasumber tidak bisa dihubungi atau keterbatasan narasumber.

P: Bagaimana cara melakukan pengawasan terhadap aktivitas kerja dan produksi berita?

N: Menanyakan kepada reporter bagaimana proses liputannya.

P: Siapa yang bertugas dalam melakukan pengawasan? Apa kewenangan mereka?

N: Redaktur. Memberikan penugasan dan menanyakan prosesnya. Ketika ada kendala, memberikan solusi dan tak menutup kemungkinan membantu reporter secara langsung.

P: Kapan pengawasan itu dilakukan?

N: Dilakukan ketika reporter melakukan peliputan. Agar reporter bisa dengan lancar dalam meliput.

P: Apa yang jadi indikator dari redaksi bahwa tujuan perusahaan sudah tercapai atau belum?

N: Dari laporan per bulan terkait traffic dari media.

P: Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan oleh tim keredaksian?

N: Kuantitas berita, kualitas berita, dan berdasar pageviews.

P: Hal apa saja yang menjadi bahan dalam evaluasi?

N: Terdapat target masing-masing.

P: Apakah evaluasi yang dilakukan berdampak pada peningkatan pada bulan setelahnya?

N: Dituntut memberikan dampak.

P: Bagaimana cara memberitakan berita olahraga, khususnya sepakbola nasional?

N: Liputan langsung, by phone, by email.

P: Bagaimana cara keredaksian media anda untuk menentukan sebuah isu olahraga menarik untuk dijadikan sebuah berita? Apa parameter menarik atau tidaknya?

N: Berdasar isu yang ramai. Mencari apa yang ada di dalamnya dan berbeda dengan media lain.

P: Menurut anda, berita olahraga apa yang paling diminati selama ini di media anda?

N: Bulu Tangkis, Tinju, UFC, Sepak Bola Lokal

P: Untuk sepakbola sendiri, seputar apa saja berita dan informasi yang sering diberitakan?

N: Aktivitas klub, aktivitas pemain, bursa transfer, prediksi pertandingan, review pertandingan, sisi unik pemain dan klub.

P: Bagaimana pembagian informasi olahraga sepakbola dan lainnya? Apakah ada rubrik tersendiri atau bagaimana?

N: Terdapat rubrik sendiri.

P: Bagaimana tugas yang dilakukan tim redaksi dalam mendapatkan informasi terkait olahraga sepakbola dan lainnya secara akurat?

N: Langsung melakukan konfirmasi untuk sepakbolalokal, mengecek di sumber resmi untuk sepakbola internasional.

P: Darimana sumber atau narasumbernya berasal?

N: Narsum langsung yang ada kaitannya.

P: Bagaimana cara tim redaksi dalam mendapatkan hasil dan ringkasan setelah pertandingan?

N: Menyaksikan lewat siaran televisi, menyaksikan di stadion.

P: Apakah ada pemberitaan mengenai kisah-kisah diluar lapangan yang bersangkutan dengan sepakbola? Seperti kisah atlet, kisah klub atau lainnya? Jika iya, bagaimana cara tim redaksi mengangkat atau membuat sebuah berita tentang kisah-kisah di luar lapangan?

N: Ada. Wawancara langsung (lokal) dan Lewat sumber-sumber terpercaya (internasional).

P: Bagaimana cara menampilkan kritik terhadap seorang atlet atau terhadap olahraga secara keseluruhan, khususnya sepakbola?

N: Secara tersirat lewat artikel dengan mewawancarai tokoh-tokoh olahraga/sepak bola.

P: Siapa biasanya yang menulis kritik tersebut? Apakah memang pandit dari olahraga yang bersangkutan atau dari tim redaksi media anda sendiri?

N: Tokoh-tokoh olahraga/sepak bola.

P: Dalam lingkup berita, bagaimana tim redaksi memberikan porsi berita pada pemberitaan sepakbola khususnya sepakbola nasional? Seberapa besar porsi yang diberikan untuk masing-masing lingkup beritanya?

N: kami memang memprioritaskan memberitakan sepak bola nasional.

P: Jenis olahraga apa yang sering dijadikan pemberitaan? Misal sepakbola atau badminton serta olahraga lainnya? Mengapa jenis olahraga tersebut lebih sering digunakan pada pemberitaan?

N: Sepak bola tetap menjadi yang terbanyak. Lalu bulu tangkis, tinju, UFC. Karena pembaca lebih banyak.

P: Bagaimana standar pada ukuran berita di situs web media anda? dan apa saja isi dari berita tersebut?

N: Sesuai kaidah jurnalistik.

P: Bagaimana tujuan berita yang dibuat dalam menyajikan berita sepakbola?

N: Dibaca audiens dan bisa mengedukasi.

P: Apa saja nilai berita yang menjadi standar di redaksi media anda?

N: Sesuai kaidah jurnalistik, dapat dibaca audiens dan tentunya bisa mengedukasi

P: Bagaimana redaksi media mengemas dan menyajikan keterangan mengenai aturan dari olahraga, khususnya sepakbola dalam sebuah berita?

N: Tersirat di artikel.

P: Apakah ada pemberitaan tentang sejarah-sejarah dari olahraga? Jika ada, apa yang biasanya diangkat? Seperti pembahasan mengenai sejarah liga, sejarah klub atau lainnya?

N: Kadang-kadang.

P: Darimana sumber pemberitaan sejarah tersebut berasal?

N: Untuk lokal wawancara langsung, untuk internasional bisa lewat sumber terkait yang kredibel.

P: Bagaimana pemberitaan olahraga (khususnya sepakbola) dari sudut pandang fans/penggemar? Apalagi di sepakbola nasional terkenal dengan fans-fansnya yang fanatic.

N: Mengangkat klub-klub dengan fans yang fanatik seperti Arema FC, Persija, Persebaya, Persib, PSM.

P: Apa yang biasanya diangkat dalam pemberitaan tentang penggemar tersebut?

N: Berita klub kesayangan mereka.

P: Apakah redaksi media anda menyajikan pemberitaan mengenai analisis yang berkaitan dengan olahraga? analisis bisa mengenai performa atlet/tim/organisasi olahraga berdasarkan faktor-faktor penyebabnya seperti kekompakan antar atlet, antar atlet dengan pelatih, serta persoalan yang terjadi di kalangan atlet dan/atau organisasi olahraga.

N: Kadang-kadang.

P: Menurut anda, apa peran media dalam perkembangan olahraga nasional hingga saat ini?

N: Memacu stakeholder olahraga untuk semakin berkerja keras untuk meningkatkan kualitas atlet.

P: Selama ini, apakah media massa ataupun online memiliki hubungan yang erat dengan olahraga?

N: Benar.

P: Bagaimana dampak yang didapat oleh media anda Ketika mempublish berita olahraga?

N: Diperhatikan pemerintah.

P: Menurut anda, apa pengaruh media anda terhadap perkembangan olahraga? Apakah tidak berpengaruh (netral) atau membantu atau malah mengganggu?

N: Kritik yang membangun dan memperkenalkan ke khalayak luas tentang prestasi olahraga Indonesia.

P: Bagaimana cara redaksi media untuk menjaga kenetralan dalam pemberitaan olahraga?

N: Coverbothside.

P: Isu apa yang biasa diangkat ketika Indonesia ikut serta atau menjadi tuan rumah sebuah event olahraga?

N: Pencapaian, Atlet yang menonjol, Pelatih yang menonjol, Kerja panitia.

P: Ketika event tersebut berlangsung, apakah berita tentang event tersebut selalu menjadi headline?

N: Tidak selalu. Tergantung tema yang diangkat.

P: Bagaimana trend pemberitaannya?

N: Setiap hari ada berita tentang event tersebut.

P: Jika event tersebut berbentuk seperti Olimpiade, Asian Games atau SEA Games, apakah media hanya memfokuskan pada kontribusi Indonesia saja? Jika iya, apakah ada semacam laman khusus atau rubrik khusus untuk membahas event tersebut?

N: Proporsi Indonesia lebih besar. Biasanya ada kanal khusus semacam microsite.

P: Isu apa saja yang sering ditonjolkan dalam pemberitaan liga sepakbola indonesia?

N: Aktivitas klub (latihan), aktivitas pemain, aktivitas pelatih, prediksi pertandingan, review pertandingan, bursa transfer, sisi unik pemain/pelatih.

P: Apakah ada tim keredaksian khusus untuk pemberitaan liga sepakbola Indonesia?

N: Ya, ada khusus

P: Bagaimana alur redaksi media anda Ketika meliput dan memberitakan tentang Liga sepakbola Indonesia?

N: Reporter dan redaktur diskusi sebelum menentukan tema liputan. Kemudian reporter liputan langsung atau by phone.

P: Apa kendala Ketika meliput atau memberitakan tentang sepakbola nasional?

N: Terkait kontroversi (misalnya suap, match fixing), ada pihak yang tidak bersedia berbicara.

P: Apakah pemberitaan tentang liga sepakbola nasional memiliki minat yang tinggi?

N: Benar.

P: Bagaimana porsi pemberitaan klub-klub lokal yang berpartisipasi di liga?

N: Diutamakan klub dengan fans yang besar dan fanatik.

P: Apakah ada klub yang sering diberitakan?

N: Ada. Mengangkat klub-klub dengan fans yang fanatik seperti Arema FC, Persija, Persebaya, Persib, PSM.

P: Berdasarkan apa redaksi media mengangkat berita tentang suatu tim? Apakah berdasarkan prestasi, hasil pertandingan, transfer atau apa?

N: Ya. Semua tentang klub tersebut bisa diangkat menjadi tulisan.

P: Bagaimana redaksi media anda menanggapi penundaan hingga pemberhentian Liga Indonesia tahun 2020?

N: Mendukung. Demi mencegah penularan masif Covid-19.

P: Apakah dengan penundaan dan pemberhentian tersebut minat terhadap pemberitaan Liga Indonesia turun?

N: Benar.

P: Apa dampak yang paling signifikan dari pandemi ini terhadap keredaksian di media anda?

N: Liputan lapangan berkurang sehingga mengandalkan liputan virtual.

P: Dikala pandemi, bagaimana pembagian kerja yang diberikan dalam struktur keredaksian media anda?

N: Sistem shifting.

P: Bagaimana pembagian keredaksian menyikapi pembatasan dikala pandemic ini? (Work from home dan Work from Office)

N: Sistem shifting atau berganti-ganti.

P: Bagaimana proses produksi dari awal sampai sebuah berita itu dikatakan layak untuk dipublikasikan dikala pandemi? Apakah ada perbedaan yang signifikan dengan situasi normal?

N: Tidak ada. Sesuai dengan kaidah jurnalistik.

P: Dan bagaimana proses produksi tersebut untuk berita-berita tentang dikala liga sepakbola nasional saat itu masih ditunda?

N: Sebagian besar wawancara lewat phone untuk memperdalam tulisan.

P: Dikala pandemi seperti saat ini apa saja kendala dan hambatan yang dihadapi oleh manajemen redaksi?

N: Wawancara langsung dengan narsum terbatas.

P: Bagaimana mengatasi kendala dan hambatan tersebut?

N: Memperbanyak wawancara virtual atau by phone.

P: Bagaimana informasi didapatkan oleh reporter disaat pandemi ini? Apakah liputan langsung atau mengolah sumber tertulis yang telah ada sebelumnya?

N: Lewat narsum dengan menelepon langsung.

P: Berapa lama waktu deadline yang diberikan kepada para reporter?

N: Karena online, maka harus bisa cepat.

P: Apa saja kebijakan baru yang dibuat setelah pandemic ini terjadi?

N: Liputan virtual, wawancara by phone, WFH.

P: Protokol kesehatan apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam beradaptasi dengan pandemic ini?

N: aat liputan di lapangan mematuhi prokes 3 M dan Shifting WFH/WFO.

P: Bagaimana kebijakan redaksi media anda dalam menentukan sebuah topik, isu atau peristiwa ketika status Liga Indonesia belum diputuskan oleh PSSI?

N: Wawancara stakeholder sepak bola diperbanyak.

P: Bagaimana kebijakan media anda dalam menentukan siapa atau apa yang akan menjadi sumber berita di tengah pandemic?

N: Kapasitas dan kredibilitas narsum.

P: Bagaimana kebijakan media anda dalam menentukan Teknik liputan di tengah pandemi?

N: Banyak liputan secara virtual masih bisa ditoleransi.

P: Bagaimana mekanisme peliputan olahraga dikala pandemi?

N: Liputan virtual, wawancara by phone.

P: Protokol apa saja yang harus dilewati ketika saat akan terjun meliput?

N: 3M, rapid test/swab antigen.

P: Dikala pandemi ini, apakah liputan di luar (langsung di lapangan) dibatasi?

N: Benar.

P: Untuk sepakbola sendiri, pemberitaan apa yang sering diangkat dikala pandemic ini?

N: Aktivitas klub dan pemain/pelatih.

P: Bagaimana proses peliputan olahraga, khususnya sepakbola dikala pandemic ini?

N: Wawancara by phone diperbanyak, selain itu juga lewat zoom jika ada konferensi pers dari pihak-pihak tertentu

P: Sumber-sumber berita apa saja yang digunakan untuk liputan?

N: Pemain, pelatih, PSSI, CEO klub. Terkadang kita juga mengambil sumber awal dari media sosial

P: Siapa saja narasumber yang diwawancarai?

N: Pemain, pelatih, PSSI, CEO klub.

P: Bagaimana kualitas informasi yang diberikan oleh narasumber?

N: Sesuai dengan tema yang diangkat.

P: Dikala pandemi dan dikala belum adanya kejelasan Liga sepakbola Nasional saat itu, topik apa yang diangkat tentang sepakbola nasional?

N: Aktivitas pemain/pelatih, klub. Kebijakan PSSI.

P: Selama ini, bagaimana pandangan media anda tentang penundaan Liga Indonesia tahun 2020?

N: Mendukung demi pencegahan penularan Covid-19.

P: Bagaimana trend pemberitaannya?

N: Sedikit menurun.

P: Menurut anda, apa peran media dalam penundaan event tersebut?

N: Mensosialisasikan alasan ditunda.

P: Selama ini, bagaimana keredaksian media anda dalam pemberitaan liga Indonesia di tahun-tahun sebelumnya? Khususnya saat liga Indonesia ditunda.

N: Diberitakan sesuai tema yang diangkat dari pemain/pelatih, klub, PSSI.

P: Pasca keputusan dibatalkannya Liga 1 dan Liga 2 oleh PSSI, apa rencana dari redaksional media anda dalam meliput tentang liga sepakbola nasional?

N: Diperbanyak tema soal aktivitas pemain/pelatih di luar lapangan, Tema bursa transfer karena banyak pemain yang ke luar negeri dan Langkah-langkah PSSI dalam upaya menjalankan liga

P: Apa target dari pemberitaan tentang liga sepakbola nasional setelah dipastikan batal? Apa pertimbangannya?

N: Masyarakat paham alasan ditunda. Agar penundaan ini bukan dipandang sebagai keputusan PSSI yang sepihak, melainkan didasarkan pada kondisi yang ada.

P: Apa strategi untuk mencapai target tersebut? Ditambah lagi saat ini sedang pandemi.

N: Memberitakan soal bahaya pandemi ketika penularan masih masif.

P: Di situasi pandemic seperti ini, bagaimana redaksi media anda menentukan tema atau isu mengenai sepakbola? Apakah tetap ada rapat redaksi?

N: Rapat redaksi secara virtual.

P: Bagaimana protokol yang diterapkan jika ada rapat dilakukan? Apakah dilakukan secara daring atau ada pembatasan?

N: Secara virtual.

P: Bagaimana pembagian tugas dalam membuat berita sepakbola nasional di tengah situasi pandemic?

N: Normal

P: Berapa jumlah personilnya?

N: ada 3 orang

P: Bagaimana alur kerja redaksi di media anda di pandemi seperti ini? Apakah ada perbedaan dengan saat situasi normal?

N: Rapat secara virtual. Kemudian reporter banyak liputan virtual dan wawancara by phone.

P: Bagaimana cara melakukan penggerakan atau pengarahan pada saat produksi pemberitaan olahraga dikala pandemi saat ini?

N: Seperti di kondisi normal, hanya diminta taati protokol kesehatan.

P: Di tengah pandemi seperti saat ini, bagaimana cara pimpinan berkomunikasi, memimpin dan memotivasi dalam tim redaksi agar selalu bisa bekerja dengan baik dalam mencapai tujuan?

N: Lewat virtual.

P: Bagaimana cara melakukan pengawasan terhadap aktivitas kerja dan produksi berita dikala pandemi?

N: Secara virtual.

P: Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan oleh tim keredaksian saat ini? Apakah sama ketika tidak pandemi?

N: Sama.

P: Ketika pengumuman resmi pembatalan Liga Sepakbola Nasional dirilis PSSI, bagaimana trend pemberitaan yang muncul?

N: Sedikit menurun.

P: Apakah pemberitaan tentang pembatalan Liga 1 dan Liga 2 tersebut menjadi berita utama, paling banyak dibahas dan diminati ketimbang berita olahraga yang lain?

N: Iya menjadi berita utama, karena keputusan ini sudah ditunggu-tunggu oleh semua khalayak

P: Setelah pengumuman tersebut hingga sekarang, apa isu yang sering diangkat menjadi berita sepakbola nasional? Apakah masih tentang pembatalan tersebut?

N: Tidak. Banyak menulis aktivitas pemain/pelatih, klub.

P: Bagaimana pandangan media anda tentang dibatalkannya Liga Indonesia tahun 2020 setelah mengalami cukup lama ketidakjelasan?

N: Mendukung demi pencegahan penularan Covid-19.