

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Melihat masyarakat milenial saat ini dalam memperoleh informasi dimudahkan dengan adanya media massa. Media massa berbondong-bondong menyajikan informasi yang praktis berupa teks, audio, dan audio visual. Hingga media menghubungkan masyarakat ke dalam beberapa informasi yang dianggap penting menyangkut kehidupannya.

Masyarakat dengan bebas memilih media massa sesuai kebutuhan dan kemampuan. Sajian informasi melalui sejumlah media (koran, majalah, radio siaran, televisi, film, dan media online/ internet), memuat berbagai peristiwa yang memiliki nilai berita ringan sampai berita tinggi, mencerminkan proses komunikasi massa yang selalu menerpa kehidupan manusia. (Ardianto, dkk, 2012)

Media massa menjadi sarana komunikasi massa, seperti yang dikutip dalam bukunya menurut Rahmat (2003) komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kesejumlah pihak khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Sarana komunikasi massa implementasinya dalam lembaga pers. Lembaga pers sebagai media komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi, mencari, memperoleh, memiliki dan menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, serta data dan grafik, maupun dalam segala jenis saluran yang tersedia. (Anwar Arifin, 2011:125)

Lembaga pers dalam proses komunikasi massa berkembang seiring kemajuan teknologi yang bergulir. Hal ini menjadi pengaruh pada iklim media massa di dunia. Mau tidak mau media konvensional bersaing dengan keberadaan teknologi termasuk internet. Keberadaan internet memudahkan informasi hadir dengan cepat dan meluas sampai ke penjuru dunia. Bahkan untuk mengakses internet saat ini tidak perlu menggunakan layar komputer, menggunakan *handphond* atau *smart*

phond sudah dapat diakses. *Smart phond* dengan sambungan internet sudah dapat mengakses informasi yang *ter-update* di media *online* sesuai kebutuhan.

Media massa konvensional saat ini yang masih bertahan di kancah persaingan media, melebarkan sayapnya dengan menggandeng media internet. Menciptakan konten berita dengan versi *online* atau lebih akrab dikenal dengan media *online*. Keberadaan media *online* menjadi rujukan utama saat mendapat informasi yang tercepat dibanding dengan radio, koran, atau berita TV. Bahkan ada media *online* yang meluncurkan berita perdetik. Persaingan media *online* memiliki ciri khas kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Kebutuhan akan informasi yang cepat saat ini dapat diperoleh dari media *online*. Kehadirannya telah mengubah perilaku manusia dalam memperoleh informasi yang semua didominasi oleh media cetak dan elektronik, kini mulai bergeser ke internet. (Anif Punto Utomo, 2010 : 74).

Kecepatan sajian informasi tidak luput oleh perannya seorang wartawan. Informasi yang menarik, tepat waktu dan cermat sangat penting untuk jurnalisisme yang baik. Dalam seabad terakhir ini, pekerjaan seorang wartawan ditentukan oleh peluangnya mendapat informasi. (Reddick dan King, 2012:154). Maka dari itu mau tidak mau arus teknologi hadir pada kehidupan sehari-hari sehingga media massa harus mampu mengikuti perkembangan jaman termasuk pelaku jurnalistik sendiri.

Kemajuan teknologi berdampak pada perkembangan media di Indonesia. Untuk pertama kalinya muncul penggunaan internet dalam aktivitas yang berkaitan dengan sosial dan politik di Indonesia berlangsung tahun 1994, ketika sejumlah LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) mulai menggunakan komunikasi *online* untuk kegiatan advokasi spesifik mereka dan *mailing list* secara terbuka. (Anwar Arifin, 2011:254). Kehadiran internet di Indonesia menuai perhatian lebih dari media cetak di Indonesia. Salah satunya Harian Umum (HU) Republika yang hadir pada masa pemerintahan Soeharto.

Pada 17 Agustus 1995 HU Republika menangkap peluang sebagai perintis media *online* di Indonesia. Kehadirannya Republika *online*, tidak luput menuai perjuangan, hingga pada akhirnya dengan alamat Republika.co.id disingkat dengan

ROL, sajian informasi dapat dinikmati berupa versi *online* yang dapat di akses oleh penggunanya diberbagai penjuru dunia. Hari itu juga, Republika menjadi koran pertama di negri ini yang memanfaatkan jaringan internet.

Tahun itu ROL masih dengan tampilan format sederhana, bahkan pada bahasa programming belum semudah saat ini. Semua masih manual dan perlunya ketelitian. huruf demi huruf, karakter demi karakter harus diperhatikan dengan cermat. Jika sekarang menggunakan dashboard *Content Management System* (CMS), tapi saat itu prosesnya lebih rumit. Setiap berita yang akan di *upload* harus di *tagging* secara manual satu persatu. Setidaknya perlu waktu minimal sepuluh menit untuk mengunggah berita.

Seiring perkembangannya, ROL kini menjadi portal berita yang menyajikan informasi melalui teks, audio, dan video berdasarkan teknologi hypermedia dan hiperteks. Selain menyajikan informasi, ROL juga menjadi rumah bagi komunitas muslim. Kini ROL hadir dua Bahasa yakni versi Bahasa Inggris dan Indonesia. (Anif Punto Utomo. 2010. xviii)

ROL hadir menambah khazanah media di Indonesia, memiliki ciri khas tersendiri. Yakni mengedepankan sajian konten untuk konsumsi komunitas muslim. Sajian informasi yang dimuat ROL, 80% konten keislaman dan 20% konten umum. Hal ini berdampak pada perkembangan ROL, kini menjadi media sorotan pertama bagi komunitas muslim di Indonesia untuk mendapat informasi

Pertumbuhan media dari awal sampai sekarang bisa bertahan menjadi sorotan bagi pengkaji media. Perkembangan dan perubahan ini sekaligus menjadi tantangan dalam kajian dan praktek manajemen media. Disisi lain, media konvensional juga turut semakin profesional dalam menghadapi konvegensi media online. (Junaedi, 2014:13-14)

Fajar Junaedi (2014:13) menyebutkan dalam tatanan media yang demokratis, media massa dituntut dikelola dengan menggunakan prinsip manajemen media yang profesional. Manajemen media bisa diartikan sebagai sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun institusi sosial. Media dipelajari secara lengkap,

karakteristiknya, posisi dan peranannya dalam lingkungan dan sistem ekonomi, sosial dan politik tempat media tersebut berada.

Media internet menjadi pemain baru dalam ranah media. Keterbatasan sirkulasi media cetak yang memakan waktu lama dalam proses distribusi teratasi dengan internet (Junaedi, 2014). Hal ini pula dirasakan oleh media *online* HU Republika dengan melebarkan sayapnya lahir ROL media berbasis *online*. Keberadaan internet tidak mematikan media cetak namun justru saling melengkapi untuk kebutuhan khalayak.

Berkembangnya media dikancah persaingan media massa, tidak luput dari peran masyarakat. Masyarakat mengkonsumsi sajian informasi sehingga produksi media terus bergulir. Selain itu juga ada peran jurnalis dan awak redaksi sehingga informasi dapat dinikmati oleh khalayak.

Proses memproduksi suatu informasi melibatkan banyak peran. Kerjasama tim untuk mencapai prestasi dalam proses penyajian berita ini tidak terlepas dari aspek manajemen yang diterapkan oleh media.

Prestasi yang diraih Republika *online* menjadi media pionir yang masih eksis hari ini tentu mengalami dinamika pengelolaan manajemen di dalamnya. Mulai dari pertumbuhan media cetak hingga tumbunya media *online* yang pastinya memiliki gejolak perubahan yang berkenaan dengan aspek manajemen media.

Menurut Junaedi (2014:35-36) aspek manajemen terbagi menjadi empat. Pertama manajemen berkaitan dengan proses. Hal ini berarti bahwa manajemen bukan tindakan yang bersifat tunggal, namun serangkaian tindakan yang tertata dalam alur proses tertentu yang telah direncanakan sebelumnya. Kedua, manajemen melibatkan aspek sumberdaya manusia dan materi. Ini mengindikasikan bahwa dalam manajemen melibatkan orang lain, bukan merupakan tindakan yang dilakukan oleh satu orang saja, namun tindakan yang dilakukan oleh beberapa orang.

Ketiga, manajemen diarahkan untuk mencapai tujuan bersama dari organisasi. Ini berarti bahwa dalam manajemen selalu ada perencanaan yang dilakukan sebelum pelaksanaan dilakukan. Terakhir manajemen berkaitan dengan fungsi-

fungsi manajemen menyangkut perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

Aspek manajemen tersebut tentunya diterapkan di media *Republika online*. Pada manajemen media, terbagi dalam dua ruang lingkup manajemen, pertama manajemen perusahaan yang mengatur aspek bisnis dari media yang mengatur non jurnalistik. Manajemen ini meliputi pekerjaan promosi, percetakan, iklan, humas, sumberdaya manusia dan sebagainya. Kedua manajemen redaksional, yaitu manajemen dalam media yang mengurus aspek jurnalistik, mulai dari pencarian berita (*news gathering*) dan penulisan berita (*news writing*).

Menurut Stefanus Akim, (Handoko:2012) manajemen redaksi adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas peneliti bermaksud untuk meneliti Dinamika Perkembangan Manajemen Redaksi *Republika.co.id* (ROL) dari aspek manajemen redaksinya. Mengingat *Republika online* sebagai perintis media *online* yang hari ini masih eksis di kancah persaingan media massa.

1.2 Fokus Penelitian

Supaya tidak terlalu luas dalam pengolahan data, maka peneliti memfokuskan penelitian pada Dinamika Perkembangan Manajemen Redaksi Pada Media *Republika Online*.

1.3 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana kebijakan perencanaan setiap periode untuk mengembangkan ROL?
- b. Bagaimana pengelolaan sumber daya manusia setiap periode pimpinan ROL?
- c. Apa yang dicapai setiap periode dalam mengembangkan ROL ?

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui kebijakan perencanaan setiap periode untuk mengembangkan ROL.
- b. Untuk mengetahui pengelolaan sumber daya manusia setiap periode pimpinan.
- c. Untuk mengetahui yang dicapai setiap periode dalam mengembangkan ROL.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Secara Teoritis

Peneliti diharapkan dapat bermanfaat untuk kepentingan dunia jurnalistik, secara garis besar penelitian ini berguna untuk:

- 1) Menambah wawasan pada civitas akademik mengenai manajemen media massa ditingkatkan media nasional di Indonesia
- 2) Sebagai bahan referensi dalam kajian praktik media massa untuk studi dan penelitian selanjutnya.

b. Kegunaan Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk wawasan dan menjadi gambaran fenomena media di Indonesia dalam memahami manajemen media massa. Kemudian penelitian ini juga berguna untuk masyarakat luas khususnya khalayak muslim untuk melek terhadap literasi media islam yang eksis dengan perkembangan zaman.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

BAB II TUNJAUAN PUSTAKA

Membahas definisi komunikasi, komunikasi massa, media massa, media massa online, manajemen, manajemen media massa, redaksi, dan manajemen redaksi. Serta penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan penulis yaitu metode penelitian analisis deskriptif kualitatif. Adapun subjek penelitian yaitu dinamika manajemen redaksi ROL, objeknya kepala redaksi redaksi ROL yang akan dikaji dan dianalisis menggunakan teori manajemen redaksi dari Stefanus Akim.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan di uraikan deskripsi profil informan. Selanjutnya menguraikan analisis temuan-temuan saat penelitian dengan pendekatan teori manajemen redaksi yaitu analisis fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, pengembangan, kompensasi, integrasi, dan pemeliharaan orang-orang ROL.

Peneliti juga pada bab ini membahas penemuan pada penelitian sehingga mendapatkan hasil penelitian, teori atau pendapat yang dikemukakan dapat memperkuat hubungan atau bertentangan atau berbeda.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini berisikan mengenai simpulan dan rekomendasi penulis.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Redaksi Republika Online yang beralamat Jalan Warung Buncit Raya No 37 Pejaten Barat, Pasar Minggu, RT 01/ RW 07 Pasar Minggu Kota Jakarta Selatan.

Adapun waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian ini pada bulan maret sampai Agustus.

Tabel 1.7

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan 2018					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust
1	Tahap persiapan penelitian	■					
	a. Penyusunan dan Pengajuan Judul	■					
	b. Pengajuan Proposal		■				
	c. Pengajuan penelitian		■				
2	Tahapan Penelitian			■			
	a. Pengumpulan Data				■		
	b. Wawancara					■	■
	c. Analisis Data					■	■
3	Penyusuna Skripsi						■