

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan Republika

Perjalanan Republika bermula karena didorong perlunya media umat kalangan komunitas islam. Ikatan cendikia muslim Indonesia (ICMI) sebagai wadah intelektual umat islam, melihat bahwa keseimbangan informasi merupakan kebutuhan mutlak bagi berkembangnya umat islam. Maka awal diskusi di dalam pengurus ICMI untuk menerbitkan sebuah media intens dilakukan. Rencana awal penerbitan media sendiri mulai dibahas dalam Silaturahmi Kerja Nasional (Silankas) 1 ICMI di Jakarta 5-7 Desember dan kemudian masuk dalam program kerja.

Pada awal 1992 diskusi sudah mengkrucut pada penerbitan koran. Semangat ICMI meluncurkan media koran karena pada sebelumnya terjadi pembredelan terhadap media yang merepresentasikan umat islam pada jaman pasca reformasi kepemimpinan Soeharto. Maka ICMI mempertimbangkan untuk membuat koran baru.(Utomo, Punto.2010:14)

Menuai diskusi panjang di rapat-rapat ICMI mengenai peluncuran sebuah media, pada akhirnya keputusan bulat mendirikan koran. Awak Republika terbentuk atas kerjasama dengan mantan tenaga profesional pengelola Berita Buana manajemen baru, yang pada saat itu memilih berpisah dengan manajemen lama. Semua mantan Berita Buana untuk level kepala bagian ke atas dan semua wartawan akhirnya di tes tanpa pandang bulu. Zaim yang sebetulnya sudah karatan menjadi wartawan pun dites. Bukan saja pernah menjadi kepala biro Tempo di Jawa Timur, tapi juga menjadi ketua siding redaksi di Berita Buana. Pada saat itu semua mantan wartawan dan karyawan Berita Buana diterima masuk di Republika.

Perjalanan mendirikan media pada jaman pasca reformasi tidak semudah saat ini. Lika-liku memperoleh SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) pada jaman orde baru tidaklah muda untuk menerbitkan media cetak. SIUPP menjadi hal yang sulit di dapat dan membutuhkan biaya yang mahal. Banyak dukungan penuh dari BJ Habibie sebagai ketua ICMI serta dukungan dari Presiden Soeharto pada saat itu. Lebih dai satu semester, akhirnya seluruh persyaratan dan administrasi SIUPP selesai, Republika

memperoleh SIUPP bernomor 282/SK/Menpen/SIUPP/-A.7/92 dikeluarkan pada 19 Desember 1992. (Utomo,Punto. 2010:24)

Dalam buku Republika 17 tahun melintas jaman menguraikan awal pemberian nama koran adalah Republik. Namun atas usulan Soeharto kata republik ditambahkan belakangnya dengan huruf A. Akhirnya koran yang diinisiasi ICMI itu dinamai Republika sesuai dengan usulan Soeharto.

Republika pada awal lahir dikomandani Parni Hadi atas persetujuan dari BJ Habibie dan Harmoko. Pembicaraan mengenai keberlangsungan hidup koran Republika banyak dilakukan di rumah Parni di Depok. Menurut Punto, Utomo (2010:28) Semua hal dibicarakan, mulai dari penjabaran konsep redaksional, pemasaran, sampai penggajian karyawan. Saat itu aktif rapat selain Parni adalah Ecip, Musthofa, Zaim, Suharjo, Tommy, sesekali datang Natsir Tamara.

Perjuangan panjang Harian Umum (HU) Republika akhirnya terlahir sebagai koran nasional. Republika terbit perdana pada 4 Januari 1993 di bawah naungan Yayasan Abdi Bangsa. Penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang umat, khususnya para wartawan profesional muda yang telah menempuh berbagai langkah. Kehadiran ICMI yang dapat menembus pembatasan ketat pemerintah untuk izin penerbitan saat itu memungkinkan upaya-upaya tersebut berbuah. (Wikipedia. 9/7/18)

Seiring perjalanan HU Republika pada tahun 1998 mengalami Krisis ekonomi yang turut memengaruhi kondisi PT Abdi Bangsa. Pada akhir 2000, mayoritas saham koran ini dimiliki oleh kelompok Mahaka Media. PT Abdi Bangsa kemudian menjadi perusahaan induk, dan Republika berada di bawah bendera PT Republika Media Mandiri, salah satu anak perusahaan PT Abdi Bangsa. Di bawah bendera Mahaka Media, kelompok ini juga menerbitkan Majalah Golf Digest Indonesia. Majalah Parents Indonesia, stasiun radio Jak FM, Gen FM, FeMale Radio, Prambors, Jak TV dan Alif TV. Kini harian Republika diterbitkan oleh PT Republika Media Mandiri dan menjadi harian umum. (Wikipedia. 9/7/18)

Meski berganti kepemilikan, Republika tidak mengalami perubahan visi maupun misi. Namun ada perbedaan gaya dibandingkan dengan sebelumnya. Sentuhan bisnis dan independensi Republika menjadi lebih kuat. Penerbitan Republika menjadi berkah bagi masyarakat. Sebelum masa itu, aspirasi umum tidak mendapat tempat dalam

wacana nasional. Kehadiran media ini bukan hanya memberi saluran bagi aspirasi tersebut, namun juga antusias memberi dukungan, antara lain dengan memberi saham sebanyak satu lembar perseorangan PT Abdi Bangsa Tbk sebagai penerbit Republika pun menjadi perusahaan yang menjadi perusahaan publik.

Sejak berdiri, moto HU Republika “bukan sekedar menjual berita” digunakan oleh Republika. Ideologi Republika adalah ideologi pemiliknya. PT Abdi Bangsa, yaitu Kebangsaan, Kerakyatan, dan Keislaman. Republika banyak berupaya menyajikan Islam sebagai agama yang dapat memberikan inspirasi terhadap kesadaran sosial selaras dengan aspirasi kontemporer seperti keterbukaan, pluralism, kecanggihan dunia informasi. (Hamad, 2004:120)

Mulai tahun 2004, Republika dikelola oleh PT Republika Media Mandiri (RMM). Sementara PT Abdi Bangsa naik menjadi perusahaan induk (*Holding Company*). Di bawah PT RMM, Republika terus melakukan inovasi penyajian. Segala kreativitas dicurahkan untuk sedapat mungkin membuat Republika dan meladeni keinginan publik.

Perjalanan koran Republika saat ini sudah mencapai umur 25 tahun. Banyak perubahan dan inovasi namun visi dan misi Republika tidak berubah. Prestasi yang diraih tidak sedikit digaiet bahkan menjadi contoh bagi media lainnya.

Beberapa pencapaian tersebut menjadi momen penting bagi Republika yang kini menginjak tahun 25 tahun. Jika konvensi umur manusia, maka 25 tahun biasanya menjadi usia transisi menuju dewasa. Begitu pun Republika. Di usia ini diharapkan bisa menjadikan lebih matang dan lebih dewasa dalam menyajikan konten maupun dalam menguatkan sayap bisnisnya. Koran republika edisi ulang tahun ke 25 pada 4 Januari 2018

Irfan Junaidi selaku Pemimpin Redaksi Republika memiliki harapan di momen 25 tahun menjadi kebangkitan kedua bagi Republika untuk bisa memberi manfaat yang luas bagi masyarakat dan bangsa ini.

a. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi HU Republika sebagai berikut:

Menjadikan harian umum Republika sebagai koran umat yang terpercaya dan mengedepankan nilai-nilai universal yang sejuk, tolean, damai, cerdas, dan profesional, maupun mempunyai prinsip dalam keterlibatannya menjaga persatuan bangsa dan kepentingan umat islam berdasarkan pemahaman *Rahmatan Lil'alamiin*.

Misi HU Republika sebagai berikut :

- 1) Menciptakan dan menghidupkan sistem manajemen yang efisien dan efektif dipertanggungjawabkan secara professional.
- 2) Menciptakan budaya kerja yang sehat dan transparan.
- 3) Meningkatkan kinerja dengan menciptakan sistem manajemen yang kondusif dan profesionalisme.
- 4) Meningkatkan penjualan iklan dan koran, sementara menekan biaya operasional (antara lain dengan memiliki media cetak)
- 5) Memprioritaskan pengembangan pemaaran surat kabar Republika di jabodetabek, tanpa harus mematikan di daerah yang sudah ada
- 6) Menjadi tali persaudaraan dengan organisasi-organisasi islam di Indonesia.

b. Pemimpin Redaksi HU Republika dari periode ke periode

Pemimpin redaksi HU dari awal sampai sekarang, dari buku 17 tahun Republika Melintas Zaman dan cetakan HU (04/01/18: hal.12). Diuraikan sebagai berikut.

- 1) Parni Hadi dari Januari 1993- Agustus 1997
- 2) Makmur Makka dari Agustus 1997- November 2000
- 3) Zaim Uchrowi dari November 2000- Juli 2001
- 4) Tommy Tamtomo dari Juli 2001- Mei 2002
- 5) Yayat Supriatna dari Mei 2002-September 2003
- 6) Asro Kamal Rokan dari September 2003- September 2005
- 7) Ikhwanul Kiram Mashuri dari September 2005-Desember 2010
- 8) Nasihin Masha dari Desember 2010-Mei 2016
- 9) Irfan Junaedi dari Mei 2016-sekarang

c. Logo Harian Umum Republika



Gambar 4.1.1 Logo Republika

Sumber:<http://www.negaraindonesia.com/blog/2014/12/30/i-putu-sudiartana-se-mba-putu-liong/> (31/08/18-10:03:03 AM)

d. Redaksi Harian Umum Republika

Redaksi HU Republika di tahun 2018, dikutip dari HU Republika cetakan edisi senin (3/09/18-hal.6), berikut uraiannya sebagai berikut:

Pemimpin Redaksi/ Penanggung Jawab	: Irfan junaidi
Wakil pemimpin redaksi	: Nur Hasan Murtiaji
Redaktur Pelaksana Koran	: Subroto
Redaktur pelaksana Newsroom	: Maman Sudiaman
Redaktur Pelaksana Online	: Elba Damhuri
Redaktur Khusus	: Ikhwanul Kiram Mashuri, Nasihin Masha
Redaktur Senior	: Agung P Vazza
Wakil Redaktur Pelaksana	: Fikrah Fansuri, Heri Ruslan, Kumara Dewata Sari, Joko Sadewo
Asisten Redaktur Pelaksana	: Priyantono Oemar, Stevy Maradona, Ferry Kisihandi, Mansyur Faqih, Didi Purwadi, Muhammad Subarkah, Budi Raharjo, Edwin Dwi Putranto.
Sekretaris Redaksi	: Hanidah Sagaf
Perwakilan Jawa Barat	: Rahmat Santosa Basarah (Kepala Perwakilan Irfan Fitrat Pribadi (Kepala Redaksi)
Perwakilan DIY- Jateng dan Jatim	: Haryadi B Susanto (Kepala Perwakilan Yusuf Assidiq (Kepala Redaksi)

e. Perjalanan Republika Dari Lahir Hingga Sekarang

Perjalanan Republika dari lahir sampai sekarang, banyak perubahan dan dinamika momentum yang dicapai, mulai dari prestasi internal maupun eksternal yang diraih, dikutip dari Koran HU Republika (4/01/18.hal 3) pada kolom inspirasi untuk perubahan dalam judul Dinamika Lintas Zaman, rinciannya sebagai berikut:

Tabel 4.1.1
Perjalanan Republika Dari Sejak Lahir Hingga Sekarang

Tahun	Waktu	Deskripsi
1993	4 Januari	Terbit perdana
	5 Februari	Bapepan menyetujui permohonan PT Abdi Bangsa untuk go Public, tapi saham tidak ditawarkan lewat lantai bursa.
	8 Februari	PT Abdi Bangsa menjual 2.9 juta saham.
	22 April	Memperoleh nomor ISSN 0854-3968 dari PDII-LIPI.
	2 Juli	Dompot Dhuafa untuk pertama kalinya mempublikasikan dana awal seumbangan dengan jumlah total Rp 425 ribu.
	Agustus	Juara Lomba Perwajahan media cetak dari serikat grafika press
1994	Mei	Perusahaan memberangkatkan empat karyawan pertama kali.
1995	17 agustus	Republika <i>Online</i> (ROL) diresmikan.berita koran ditampilkan di internet pertama kali.
1995	7 Desember	Presiden Soeharto meresmikan Indonesia Media Network (IMN), jaringan informasi internet yang dikelola Republika dan Cides.
1996		Republika menggalang kerjasama bidang redaksi, produksi, pemasaran, dan SDM dengan koran daerah: Surabaya Post, Suara Merdeka Rakyat, dan Waspada.

1997	4 Juni	Penandatanganan perjanjian jual-beli mesin cetak dan mailroom dan MAN Plamag Eberhard Levent. Pembelian batal karena krisis ekonomi.
	22 Juli	Menpen Hartono meresmikan uji coba sistem cetak jarak jauh (CJJ) Republika di Solo.
1998	4 Desember	Dialog Jumat tampil sebagai tabloid 8 halaman. Sebelumnya Sialog Jumat adalah rubric hikmah.
2000	31 Januari	Republika tampil berwarna
2002	3 April	PT Abdi Bangsa mencatatkan saham di Bursa Efek Jakarta
2003	31 Desember	Dzikir Nasional diselenggarakan untuk menyambut kedatangan tahun baru
2005		Mendapat penghargaan syariah dari MUI
		Mendapat penghargaan sebagai pengguna Bahasa Indonesia terbaik dari pusat Bahasa Kemendikbud
	19 Desember	Penandatanganan kerja sama petukaran berita sengan News Strait Times Malaysia. Masing-masing menyediakan satu halaman dua pekan sekali.
	31 Desember	Republika memberikan anugerah tokoh perubahan kepada sejumlah tokoh.
2006	2 Januari	Hadir dengan tampilan baru berukuran tujuh kolom.
	16 Januari	Penandatanganan naskah kesepahaman dengan The New York Times untuk memunculkan kolom Jack and Suzy Welch Winning.
2007	29 Maret	Republika terpilih sebagai koran nasional terbaik oleh Majalah Cakram sehingga berhak atas Cakram.
	9 Mei	Memiliki percetakan sendiri
2008	28 Oktober	Mendapatkan penghargaan sebagai media massa berbahasa Indonesia terbaik dari kemendikbud.
2009	11 Januari	Suplemen Islam Digest pertama kali terbit
	6 Februari	Reload Republika <i>online</i>

	25 September	Memperoleh Gold Asia Media Award kategori Best Design Front Page Newspaper dalam Wan Iffra Asia Media Award (halaman depan Soeharto Wafat).
2015	9 Februari	Gold Winner Kategori The Best Nasional Newspaper IPMA (Sampul Asap)
2016	5 November	Halaman depan tampil memberitakan aksi bela islam pertama (4/11) yang mendapat apresiasi banyak pembaca.
	13 Desember	Republika menampilkan aksi bela islam kedua (2/12) secara khusus.
2017	1 Maret	Tampil halaman depan berbahasa Arab menyambut kedatangan Raja Arab Saudi Salman bin Abdul Aziz.

Sumber : HU Republika-Dinamika Lintas Zaman (04/01/18.Hal.3)

4.1.2 Sejarah Republika Online (ROL)

Lahirnya Republika *online* tidak luput dari hadirnya teknologi internet pada awal 1990-an. Teknologi ini mampu menghubungkan seluruh manusia di berbagai belahan bumi lewat perangkat komputer. Apa yang terjadi di satu negara dalam sekejap sudah bisa diketahui orang-orang di negara lain. Tukar-menukar informasi yang sebelumnya lama mahal, dengan internet menjadi lebih murah dan lebih cepat.

Pada masa itu HU Republika menangkap peluang hadirnya internet. Obsesinya, Republika dapat bicara dari belahan dunia mana pun tanpa terhambat waktu dan tempat. “Republika harus go internasional,” kata Ahamadi Thata, wartawan yang memimpin proyek online ini. Untuk merealisasikan objek itu, tak ada jalan lain, kecuali memanfaatkan teknologi internet. Diakses Republika Online (09/01/18-6:10 wib)

Dari portal berita Republika online, menjelaskan tepat pada hari kemerdekaan, 17 Agustus 1995, Republika tampil di internet dengan alamat www.republika.co.id. Brand yang dipakai adalah Republika online atau kemudian biasa disingkat dengan ROL. Hari itu juga, Republika menjadi koran pertama di Indonesia yang

memanfaatkan jaringan internet. Serta peresmian *Republika online* waktu itu diresmikan oleh Alm. Soeharto di Jakarta *Convention Center* (JCC). HU *Republika* (15/11/95)

Pasca tahun 1998 hingga sekarang, *Republika* resmi menjadi media konvergen, yaitu media menggabungkan semua berita melalui teks, audio, video, dan streaming (berupa even-even *Republika* yang dapat secara langsung dilihat dan didengar melalui web *Republika*).

Awalnya tampilam ROL, hanya memindahkan edisi cetak menjadi versi online. Kemudian, ketika dunia internet makin gemerlap dan menjadi andalan dalam kecepatan menyebar informasi, mulai tahun 2000, edisi dilengkapi dengan berita terkini (breaking news). Berikutnya, ROL mulai memberikan *feature-feature* sebagai pelengkap informasi. (HPN:2018)

Konten *Republika online* memiliki informasi keislaman sebanyak 80% dan informasi umum 20%, namun *Republika* tidak mengabaikan informasi umum baik dalam kancah nasional maupun internasional. Selain menyajikan informasi, ROL juga memuat versi berbahasa Inggris.

Menurut Utomo (2010) *Republika online* sebagai media *online* yang telah berdiri belasan tahun silam, *Republika online* memiliki tagline yaitu ‘Jendela Umat’. *Tagline* tersebut memiliki arti bahwa *Republika online* berkeinginan untuk mengantarkan masyarakat Indonesia memasuki era baru media konvergen yang akan mempengaruhi berbagai perubahan di segala aspek, menjadikan *Republika online* sebagai media umat yang terpercaya dan mengedepankan nilai-nilai universal yang sejuk, toleran, damai, cerdas, dan profesional, namun mempunyai prinsip dalam keterlibatannya menjaga persatuan dan kesatuan bangsa dan kepentingan umat islam berdasarkan pemahaman rahmatan lil ‘aalamiin (rahmat bagi seluruh alam).

Jendela Umat di sini memiliki arti bahwa media ini dikhususkan untuk komunitas muslim agar memiliki pegangan kebenaran seputar berita keislaman dan umum. (Febriani, Salmah.2010) *Tag-line* *Republika online* di atas sejalan dengan prinsip-prinsip dasar *Republika online* itu sendiri yakni:

- a. Mengutamakan berita dan informasi interaktif dalam format *citizen journalism*,
- b. Memberi ruang luas bagi content *how to, tips, people*, dan *services*,
- c. Santun, ramah, dan akrab dengan keluarga,
- d. Dekat dengan semua komunitas,
- e. Mengutamakan berita dan informasi keislaman,
- f. Menyeimbangkan *good news* dengan *bad news*,
- g. Menyajikan berita secara ringkas dan cepat, mudah diakses.

a. Logo Republika Online



4.1.2 Gambar: Logo ROL

Sumber : <http://revisi-logo-rol-e1434342011314> (31/08/18- 2:28 wib)

b. Pemimpin Redaksi Republika online dari periode ke periode

- 1) Ahmadi Thata
- 2) Anif Punto Utomo
- 3) Yayat Supriyatna
- 4) Irfan Junaidi
- 5) Agung P Vazza
- 6) Iwan Arif Yanto
- 7) Maman Sudiaman
- 8) Elba Damhuri

c. Struktur Redaksi dan manajemen Republika Online

Struktur kepemimpinan ROL tahun 2018 yang dikepalai oleh Irfan Junaedi, diambil dari Republika *online*, (07/11/18-11:55), berikut rinciannya:

Pemimpin Redaksi	: Irfan Junaedi
Wakil Pemimpin Redaksi	: Nur Hasan Murtiaji
Redaktur Pelaksanaan Rol	: Elba Damhuri
Wakil Redaktur Pelaksaa ROL	: Joko Sadewo
Asisten Redaktur Pelaksana ROL	: Didi purwadi, Muhammad Subarkah, Budi Rahardjo
Tim Redaksi	: Agung Sasongko, Bayu Hermawan, Bilal Ramadhan, Esthi Maharani, Hazliansyah, Ilham Tirta, Indira Rezkisari, Israr Itah, Winda Destiana Putri, Yudha Manggala Putra, M.Amin Madani, Sadly Rachman, Ririn Liechtiana, Fian Firatmaja, Ani Nursalikhah, Dwi Murdaningsih, Nidia Zuraya, Nur Aini, Teguh Firmansyah, Andi Nur Aminah, Karta Raharja Ucu, Andri Saubani, Agus Yulianto, Reiny Dwinanda, Wisnu Aji Prasetiyo, Fakhtar Khairon Lubis, Ratna Puspita, Endro Yuwanto
Tim Sosmed	: Fanny Damayanti, Asti Yulia Sundari, Dian Alfiah, Inarah.
Tim IT dan Desain	: Mohamad Afif, Mufti Nurhadi, Abdul Gadir, Nandra Maulana Irawan, Mardiah, Kurnia Fakhri, Ari Maulana
Kepala Support dan GA	: Slamet Riyanto
Tim Support	: Firmansyah
Sekred	: Erna Indriyanti
Rolshop	: Riky Romadon

Bidang manajemen sebagai berikut:

Komisaris Utama	: Erick Thohir
Wakil Komisaris Utama	: Muhammad Lutfi
Direktur Utama	: Agoosh Yoosran
Wakil Direktur Utama	: Mira Rahardjo Djarot
Direktur Operasional	: Arys Hilman Nugraha
Direktur Marketing	: Ronggo Sadono
Manager Senior Keuangan,SDM,Umum	: Ruwito Brotowidjoyo
Manager Senior Pengembangan Klien	: Yulianingsih Yamin
Manager Pengembangan Daerah	: Indra Wisnu Wardhana
Manager Legal	: Satyo Andhiko
Manager Promosi dan Event	: HR Kurniawa

d. Canal Berita Republika Online

Canal berita ROL memiliki fitur yang banyak, pengunjung disuguhi berbagai informasi menarik bukan hanya berita seputar keisalaman namun ROL juga menyeimbangkan dengan berita umum, seperti ekonomi politik dan olah raga, berikut rincian canalnya:

4.1.2 Tabel

Canal Berita di Republika Online

No	Canal Berita	Konten Berita
1	News	▪ Politik ▪ Hukum ▪ Pendidikan ▪ Umum ▪ Nusantara ▪ Jabodetabek ▪ News Analysis ▪ Sang Pencerah ▪ BSI ▪ Telko Highlight ▪ Indonesia Berdaya
2	Khazanah	▪ Indonesia

		▪ Dunia ▪ Mozaik ▪ Filantropi ▪ Hikmah ▪ Islam Digest ▪ Mualaf ▪ Fatwa ▪ Rumah Zakat ▪ Empowering Indonesia
3	Internasional	▪ Timur Tengah ▪ Palestina ▪ Eropa ▪ Amerika ▪ Asia ▪ Afrika
4	Ekonomi	▪ Digital ▪ Syariah ▪ Bisnis ▪ Finansial ▪ Migas ▪ Pertanian ▪ Global ▪ Energy ▪ Karya Bangsa ▪ Desa Bangkit
4	Republikbola	▪ Bola Nasional ▪ Liga Inggris ▪ Liga Spanyol ▪ Liga Italia ▪ Liga Dunia ▪ Asian Games ▪ Internasional ▪ Free Kick

		▪ Arena
5	Leisure	▪ Gaya Hidup ▪ Traveling ▪ Kuliner ▪ Parenting ▪ Health ▪ Senggang ▪ Ototek
6	Kolom	▪ Resonansi ▪ Analisis ▪ Focus ▪ Selarung
7	Infografis	▪ Breaking ▪ Sport ▪ Tips ▪ Meme
8	Republika TV	▪ TV Steaming ▪ Berita ▪ Stokshot ▪ Bincang ▪ ROLExplore ▪ Ototek
9	Indeks	
10	Lainnya	▪ In Pictures ▪ Publika ▪ English ▪ Infografis

Sumber : Republika.co.id (07/11/18-11:55 wib)

4.1.3 Deskripsi Informan Penelitian

Berikut ini informan yang akan di wawancarai untuk memenuhi data yang akan dibutuhkan dalam penelitian.

4.1.3 Tabel

Informasi Informan

No	Nama informan	Jabatan	Periode Kepemimpinan	Hari/Tanggal	Tempat Wawancara/ Dokumen
1	Didi Purwadi	Asisten Redaktur Pelaksana ROL	2017-sekarang	Selasa, 17 Juli 2018	Kantor Republika Jakarta Selatan
2	Slamet Riyanto	Operasional		Selasa, 17 Juli 2018	Kantor Republika Jakarta Selatan
3	M Irwan Arif Yanto	Kepala Redaksi ROL	2012-2014	Minggu, 18 Agustus 2018	Via Telephond
4	Agung Pragitya Vazza	Kepala Redaksi ROL	2011-2013	Senin, 20 Agustus 2018	Via Email
5	Arief Supriyono	Kepala Redaksi ROL	2008-2011	Selasa, 21 Agustus 2018	Via Telephond
6	Heri Ruslan	Kepala Redaksi ROL	2013-2014	Selasa, 28 Agustus 2018	Data Republika

4.2 Hasil Penelitian

Pada bab ini akan peneliti akan menguraikan, mendeskripsikan, dan menganalisa mengenai dinamika manajemen keredaksian Republika online pada temuan-temuan setelah melakukan penelitian.

Seperti yang sudah diuraikan pada bab III mengenai penelitian kualitatif merupakan sebuah upaya menggali data secara sistematis dimana peneliti berperan sebagai instrument yang harus menangkap semua teks verbal dan non verbal serta situasi menjadi data penelitian. Semua dilakukan dalam suasana yang sewajarnya, normal, ilmiah dan suka rela, bahkan informan hampir tidak merasa sedang diobservasi atau diteliti.

Disamping itu juga dalam menganalisis temuan-temuan pada penelitian menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi. Menurut Arikunto dalam Gunawan (2013), Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis.

Selain observasi peneliti melakukan wawancara. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (in-depth interview) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan (Deddy:2013). Serta teknik analisis dokumen menurut Sugiyono dalam Gunawan (2013), Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang.

Selain wawancara peneliti melakukan studi dokumen, studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber noninsani. Sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman.

Pada penelitian ini objek penelitian berfokus pada manajemen redaksi Republika online. Fajar Junaidi menyebutkan dalam tatanan media yang demokratis, media massa dituntut dikelola dengan menggunakan prinsip manajemen media yang professional. Manajemen media bisa diartikan sebagai sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana

pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industry yang bersifat komersial maupun institusi social.

Manajemen menjadi hal yang penting dalam membangun sebuah media. Brad Schultz dalam bukunya *Broadcast News Production* memaparkan bagaimana memproses sebuah isu menjadi berita yang menarik. Ada beberapa elemen yang harus diperhatikan, salah satu di antaranya yaitu fungsi manajemen (*function of management*) yang dijalankan oleh media itu sendiri, baik cetak, elektronik. Begitu pun dengan media online.

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

Pada pembahasan ini penulis menguraikan delapan aspek manajemen redaksi dari Stefanus Akim. Untuk memudahkan dalam proses penyusunan data, dari delapan aspek manajemen tersebut digolongkan menjadi tiga garis besar dalam penelitian ini. Hal ini didasari untuk memudahkan penulis menyusun data temuan lapangan. Sehingga dapat terangkum siklus dinamika perubahan perjalanan ROL dari awal sampai sekarang.

Pada delapan aspek manajemen redaksi dari Stefanus Akim diantaranya, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan. Dari delapan aspek manajemen redaksi tersebut penulis menggolongkan menjadi tiga pembahasan. Pertama aspek perencanaan, digolongkan dengan pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Kedua aspek yang berkaitan dengan sumber daya manusia digolongkan pada pembahasan aspek kompensasi, integrasi dan pemeliharaan. Ketiga aspek pengembangan dibahas pada poin terakhir.

Tiga pembahasan pada penelitian ini penulis mengacu pada teori Stefanus Akim. Delapan aspek manajemen redaksi diuraikan hanya saja untuk memudahkan penulis menyusun data dibagi menjadi beberapa golongan.

Penulis dalam menguraikan pembahasannya, menggambarkan perubahan dan perkembangan di lihat dari setiap periodenya. Hal ini berkaitan dengan pengukuran kinerja suatu perusahaan sangat berguna untuk membandingkan kinerja perusahaan periode lalu dan periode yang akan datang, sehingga dapat diketahui, kinerja mengalami perbaikan atau sebaliknya mengalami penurunan. (Handayani Dwi, 2010)

Penulis dalam menjabarkan pembahasan dinamika perkembangan manajemen redaksi media online dapat tergambar dari kinerja periode ke periode. Sehingga dapat diketahui mengalami perubahan.

Terkait dengan uraian di atas, berikut akan dijelaskan lebih dalam lagi bagaimana dinamika perkembangan penerapan fungsi manajemen keredaksian yang dijalankan oleh ROL, dari fungsi perencanaan hingga berita siap akses dari periode ke periode. Maka manajemen redaksi Republika online dapat tergambar perkembangan dinamika dari perkembangan zaman.

4.2.1 Kebijakan Perencanaan setiap periode untuk mengembangkan Republika Online (ROL)

Periode lahirnya ROL dan periode kedua ROL

Pada awal Republika lahir, kepala redaksi Republika online dipegang oleh Ahmadi Thaha kemudian selanjutnya dipegang oleh Anif Punto Utomo. Pada roda kepemimpinan mereka berdua Republika online tampil masih format sederhana.

Dikutip dari portal berita Republika online saat itu Ahmadi Thaha seorang wartawan republika, beliau penggagas kelahiran ROL. Relatif bekerja sendirian, Ahmadi menyiapkan, merancang, dan mengonsep ROL. Saat itu, belum ada situs berita. Dunia internet belum lama dikenal di Indonesia. Perusahaan jasa akses internet di Indonesia pun baru ada tiga. (ROL,ed-17/08/12)

Pada kali pertama ROL hadir dengan teknologi yang masih sangat sederhana. Programnya menggunakan Perl, browsernya menggunakan Netscape, dan operating systemnya menggunakan Linux. Selain itu, berita yang ditayangkan hanyalah versi teks dari berita koran Republika. Apa yang dimuat di ROL persis sama dengan apa yang dimuat di koran. (ROL,ed-17/08/12)

Pada 17 Agustus 1995 pada akhirnya diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Soeharto di Jakarta Convention Center Jakarta, dan tanggal tersebut dijadikan tonggak berdirinya Republika.co.id. ucapan selamat berdatangan dari mana-mana, para pembaca, agen koran, dan biro iklan. Mesin faxsimili yang diletakan disebelah resepsionis tak henti-hentinya mencetak kiriman ucapan tayangannya republika di internet. Bahkan karena masih asingnya istilah internet di kalangan masyarakat, ada satu fax yang berbunyi “Selamat Republika Masuk ke Internet”. (HPN.2018:5)

Pada saat itu bahasa programming tahun 1995 belum semudah saat ini. Semua masih manual dan perlu ketelitian. Huruf demi huruf, karakter demi karakter harus diperhatikan dengan cermat. Jika sekarang memasukan berita sudah menggunakan Dashboard Content Manajement System (CMS), tapi saat itu proses lebih rumit. Setiap berita yang akan di upload harus di *tagging* secara manual satu persatu. Setidaknya perlu waktu minimal sepuluh menit untuk mengunggah satu berita.(Sakti Seregar, dkk.2018:4)

Ahmadi meluncurkan koran dalam versi online yang beralamat Republika.co.id, untuk mempercepat penetrasi pasar ke yang tak terjangkau oleh Republika edisi cetakan, memberikan informasi ke berbagai kalangan dan belahan dunia.

Dikutip dari HU Republika (Minggu, 20/08/1995 Hal: 2), pada saat itu Ahmadi bersikeras supaya Republika Online bisa diakses sebagian secara gratis dan memberlakukan kartu keanggotaan Republika online yang bisa mengakses ROI secara keseluruhan dengan tarif yang ditentukan.

Kehadiran Republika online menjadi daya tarik bagi sebagian orang Indonesia yang sedang bekerja atau sorang mahasiswa di luar negri. Pada saat itu, ratusan surat elektronik dari mancanegara sampai ke meja redaksi sejak Republika Online terbit di Internet pekan lalu. Terutama para pelajar dan pekerja Indonesia di luar negeri, antara lain menyebut berita lengkap Republika yang disebarkan melalui jaringan komputer sedunia itu sebagai "pengobat rasa rindu kami pada tanah air" dan "penyeimbang berita miring dari luar tentang Indonesia. (Koran harian Republika-Minggu, 20/08/1995. Hal: 2)

Pada data uraian di atas menggambarkan kondisi awal Republika yang setir oleh Ahmadi Thata sendiri. Manajemen keredaksian masih terbilang sederhana Ahmadi

bagian dari awak harian Republika yang diutus menjadi kepala redaksi di Republika online. Konten berita mengandalkan dari cetak yang dikonversikan ke versi online dari tahun 1995-1998 belum ada inovasi apapun.

Dikutip dari wawancara bersama Slamet Riyanto “Sehari cuman berapa biji kerjanya manual cuman tampilan *hideline* halaman aja. Itulah awalnya seperti itu. Tim Republika online pertama cuman sendiri terus kemudian gabung ada teman-teman IT ada tiga orang. Semuanya itu kerjanya campur aduk, segala kerjaan dikerjain. Sebulan sekali kita ke glodok nyari buku IT untuk dibaca, supaya lebih paham dunia IT, meskipun buku cetakan tua atau fotocopyan yang penting bisa baca sesuatu.” Slamet Riyanto pada wawancara (17/7/2018)

Pada awal-awal Republika online belum terbilang optimal dari sisi manajemennya, kekurangan sumber daya manusia (SDM) membuat tim redaksi lebih ekstra mengelola ROL. SDM yang ada berusaha mengoptimalkan kemampuan dengan mengerjakan pekerjaan lebih dari satu. Hingga kesalahan penulisan sering terjadi.

Selain itu berpengaruh juga pada produksi berita pada Republika online. Jumlah SDM sedikit serta sistem up-load berita masih manual sehingga tidak banyak memproduksi berita hanya bagian headline berita pada koran yang di munculkan ke versi online.

Seiring perkembangan jaman dari waktu ke waktu, Dengan adanya hosting dari ISP, republika.co.id mulai mengembangkan aplikasi. Upload berita juga ditambah menjadi semua berita yang ada di koran. Disamping itu kecepatan akses Republika.co.id menjadi lebih baik.

Pada 1997, direksi melihat ada peluang besar bisnis baru internet, oleh karena itu dibentuklah sebuah perusahaan dengan nama Indoneis Media Network (IMN) yang berkantor di kompleks perkantoran Golden Trully Fatmawati, Jakarta. IMN membawa misi mengembangkan Republika.co.id dan bisnis ISP.

Empat personil Republika diminta menjalankan bisnis baru digital ini. Pelanggan mulai banyak dan Republika.co.id mulai diperbaiki dari performa maupun infrastruktur.(HPN,2018:6)

Akhir 1998 selain memindahkan berita dari Harian Umum Republika, ada tiga *canal* baru. Headline pada versi online pun mulai bervariasi. Ada empat berita yang

menjadi *headline*, yaitu *headline* berita nasional, islam, olah raga, dan ekonomi/syariah.

Pada tahun tersebut juga mulai ada inovasi berupa canal baru, yaitu breaking news (yang didesign khusus untuk versi online, di versi cetak tidak ada. Serta jadwal sholat, konsultasi fiqih dan keluarga.

Seiring perkembangan teknologi tampilan Republika online terus diperbaiki. Serta perbaikan manajemen keredaksian walaupun dalam masalah SDM masih tetap menjadi persoalan dari Republika.

Masuk pada era tahun 2000 dunia internet makin eksis dan saat itu internet menjadi andalan kecepatan informasi. Mulai tahun 2000, edisi dilengkapi dengan berita terkini (breaking news). Berikutnya ROL mulai memberika *feature-feature* sebagai pelengkap informasi. (Punto Utomo,2010:88)

Perkembangan dari waktu ke waktu Republika tampil menuju perubahan sesuai perkembangan zaman, perencanaan dari redaksi Republika online untuk menuju perubahan menuai keseriusan hingga pada akhirnya Republika online menjadi salah satu bisnis portal.

Tahun 2001 Republika mulai melihat bahwa bisnis portal mempunyai prospek yang menjanjikan. Republika.co.id secara perlahan ditenahi. Baik dari sisi manajemen dan infrastrukturnya. (HPN 2018, 2018:6)

Periode ROL ke-3

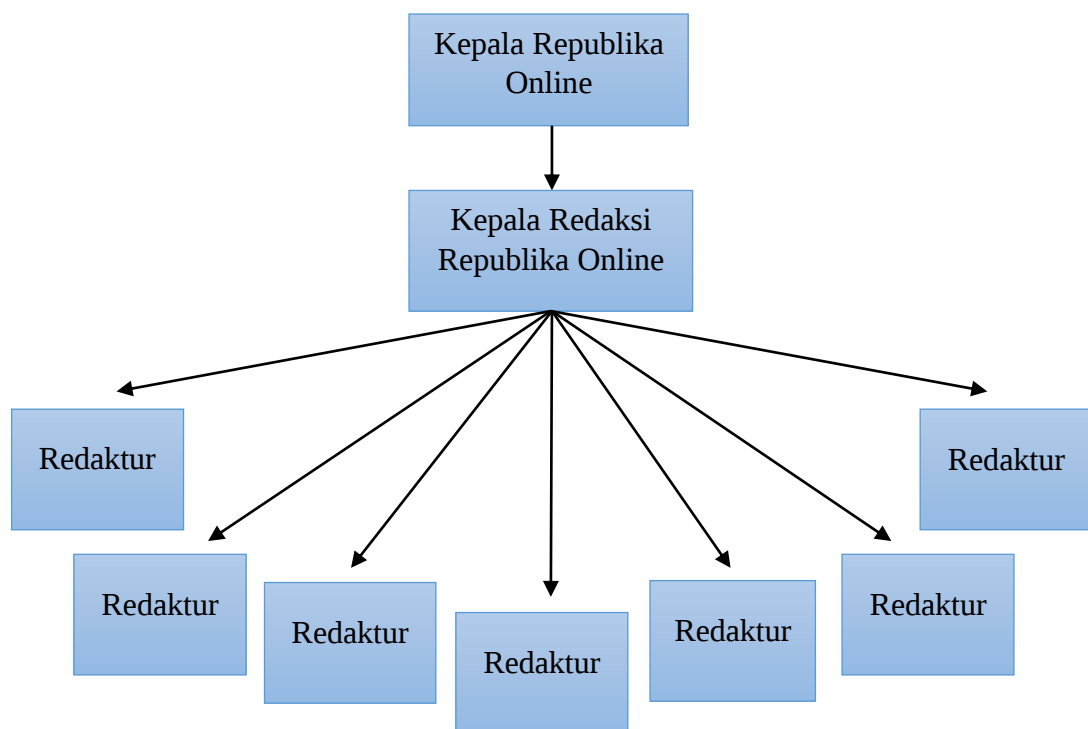
Pada periode kepemimpinan ROL ke-3 adalah Yayat Supriatna sedangkan kepala redaksi dipimpin oleh Arief Supriyono dengan periode jabatan tahun 2008-2011. Keredaksian hanya memiliki delapan redaktur, dengan reporter yang bersatu dengan cetak di newsroom. (Wawancara, 21/08/18)

Pada kebijakan perencanaan redaksi ROL, mengacu pada prinsip kecepatan jadi prinsipnya *the pers is the best* makin cepat itu lebih baik. Berita cepat up-load menjadi sisi target Republika online. Selain mengandalkan berita cepat Republika online punya segmen sendiri. Republika punya kepedulian pada umat sehingga nuansa-nuansa yang berbau keislaman menjadi kekuatan untuk Republika. Minat pembaca republika

memiliki sentimen pembaca yang memiliki misi keumatan jadi berita-berita keislaman menjadi perhatian lebih dari media lain.

Segi konten Republika mengedepankan konten keislaman serta menjadi media mandiri tidak mengandalkan berita dari versi koran. Berita keislaman menjadi ciri khas yang menonjol. Prinsip awal Republika menjadi media yang merepresentasikan umat islam menjadi tolak ukur utama. Disamping itu, berita umum republika tetap menjadi berita penyeimbang. Namun hanya saja porsi tidak sebanyak berita yang memuat keislaman.

Pada pengelolaan beita Republika diatur oleh Newsroom bagian yang mengelola reporter. Pada online sendiri memiliki dua reporter khusus pada bidang video, kecuali reporter news saja yang bersatu dengan cetak di newsroom. Pada pengelolaan berita, reporter mengutamakan kecepatan untuk konten berita di online. Berita dibuat lebih dulu untuk online setelah itu baru untuk cetak. Produksi berita mencapai ratusan per-hari karena reporternya puluhan. Reporter sehari memproduksi 10 berita, jadi sehari bisa mencapai 150 berita. .(Arief, wawancara. 21/08/18).



4.2.1 Redaksi ROL .(Arief, wawancara. 21/08/18)

Pada teknis keredaksian Setiap reporter yang ditugaskan dilapangan harus memberikan informasi keberadaannya dimana. Supaya dapat terkontrol karna jika tidak memberikan informasi berarti reporter sedang menganggur tidak liputan. Reporter di newsroom memiliki tugas liputan khusus masing-masing. Mereka ditugaskan kemana saja, pertama-tama tentu sesuai bidang liputan. Namun reporter bidang liputan sudah bekerja bisa saja ditugaskan kemudian lintas bidang sesuai ditugaskan. Jadi artinya tidak terbatas pada liputan yang itu-itu saja.

Setelah selesai menuntaskan mencari berita kemudian secepatnya segera menginformasikan atau melaporkan liputan dari situ kemudian beritanya masuk ke news room dari news room mendistribusikan ke kantong berita sesuai bidangnya. Selanjutnya redaktur melihat kantong masing-masing melihat berita yang akan ditampilkan. Kemudian mengambil berita untuk diproses editing terakhir kemudian di unggah.

Media online setelah diunggah ada yang mengawasi lagi selain editing, yaitu redaktur. Jika ada masalah dalam penulisan tidak jadi masalah tinggal diperbaiki berbeda dengan koran sudah dicetak tidak bisa diperbaiki. Kontrol Bahasa redaktur juga memperhatikan jika ada kesalahan.

Redaktur menyajikan berita jika ada yang harus dikembangkan menjadi berita menarik untuk dijadikan berita berikutnya nanti akan menugaskan reporter untuk turun ke lapangan dan menguhungi beberapa narasumber terkait. Berita tersebut dinamakan *running news* atau berita yang bergulir terus menerus.

Konten keislaman menjadi titik utama dan kecepatan juga adalah target ROL pada keredaksian Arief. Selain itu tampilan ROL mengalami perubahan dari situs berita sederhana menjadi web portal multimedia. Pada perubahan itu ROL dituntun menjadi media yang mendistribusikan konten dengan format cetak, online dan mobile.

Pada tanggal 6 Februari 2008, *Republika.co.id* memuat tampilan terbaru. Pada peluncuran tampilan baru ROL launching dengan tema “RELOAD”. (HPN.2018:7)

Selain dari sisi tampilan konten juga menjadi sorotan bagi Arief. Pemantauan, pengamatan dan perubahan pada kanal-kanal selalu digulirkan, apa yang perlu di update dan perlu ditambah. Jika sepi pengunjung dievaluasi. Hal itu terus digulirkan, kebijakan bersifat dinamis tidak berhenti disitu saja. Jika *canal* sepi tidak ada pengunjungnya, maka ambil tindakan untuk dihapus diganti dengan yang baru jadi lebih menarik.

Pada keredaksian Arief ROL tampil segar karena perkembangan teknologi, serta keredaksian timnya lebih banyak dengan personil delapan redaktur, dari segi reporter bergabung dengan cetak di *newsroom*.

Periode ROL ke-4

Pada keredaksian periode ke-4 di kepalai oleh Irfan Junaidi, pada perencanaan pengembangan ROL, lebih focus kepada konten. Hingga proses awal pencarian berita sampai siap akses sangat di perhatikan.

Pada fungsi perencanaan pada kepemimpinan Irfan Junaidi teknis keredaksian banyak menggunakan pertemuan secara virtual dibandingkan tatap muka. Pertemuan tatap muka hanyalah seminggu sekali, biasanya hari senin jam 10.00 WIB itu pun sifatnya tidak wajib. Selebihnya para tim redaksi cukup menggunakan alat komunikasi dan informasi yang difasilitasi untuk tetap berinteraksi dan mengirim berita kepada para redaktur mereka masing-masing.

Namun selain mengadakan rapat nonformil tetap juga mengadakan rapat formil. Rapat itu biasanya dilakukan sebulan dua kali dan wajib dihadiri oleh seluruh reporter yang bertugas dan membahas mengenai bagaimana isi berita Republika online ke depannya dan evaluasi kinerja para reporter. (Salmah, Febrianai. 2010:64)

Republika online tidak membebani reporter untuk datang ke kantor. Cukup koordinasi lewat alat komunikasi antara redaktur dan reporter. Karena kecepatan berita menjadi hal utama dalam menjalankan produksi berita online

Pertemuan tatap muka yang hanya seminggu sekali dalam versi Republika online akan merencanakan berita apa saja yang akan mereka liput lengkap beserta penugasan dari Kepala Bidang Redaksi Republika online, Irfan Junaidi. Dalam pertemuan itulah Irfan, selaku Pemimpin Redaksi Republika online bertugas mengarahkan dan memberikan tugas peliputan sesuai dengan job masing-masing dengan tetap memantau kinerja para reporternya. Seusai rapat redaksi selesai, biasanya para reporter segera menuju lokasi masing-masing tanpa harus kembali lagi ke kantor redaksi. Mereka cukup mengirim berita ke redaktur mereka masing-masing setelah berhasil meliput berita yang didapat di lapangan. (Salmah, Febrianai. 2010:65)

Dari uraian di atas, dapat tarik kesimpulannya bahwa penerapan fungsi perencanaan pada Republika online cukup baik. Dalam hal koordinasi antar redaksi dan reporter menjalankan komunikasi mengandalkan teknologi disamping pertemuan rapat formil atau non formil.

Produksi berita mencapai 200-250 perharinya. Dengan koordinasi lewat alat komunikasi berdampak pada reporte, mereka tidak terlalu di bebaskan untuk hadir dalam rapat redaksi namun menekankan untuk wajib hadir di rapat bulanan untuk evaluasi.

Slamet Riyanto menjelaskan dalam Republika online juga tentu ada beberapa orang yang bertanggung jawab atas tampilan (layout) Republika online. Untuk desain atau desainerlah kita outsourcing. Kita merekrut lembaga dari luar untuk membikin layout Republika online, dan sampe sekarang ini kita udah beberapa kali ganti. Dari tahun 1995, terus 1998, 2000, 2007, 2008, 2009, nah Januari 2010 ini kita ganti lagi. Pergantian ini karena permintaan pengunjung dan tuntutan teknologi juga. Kalo sekarang lagi trend Facebook, kita nggak ngikutin, ketinggalan, kan? Oleh sebab itu

kita ajak pengakses untuk menjadi fans Republika online dan nanti berita-berita kita bisa dikomen, komentar mereka nanti muncul di web kita. (Salmah, Febrianai. 2010:71)

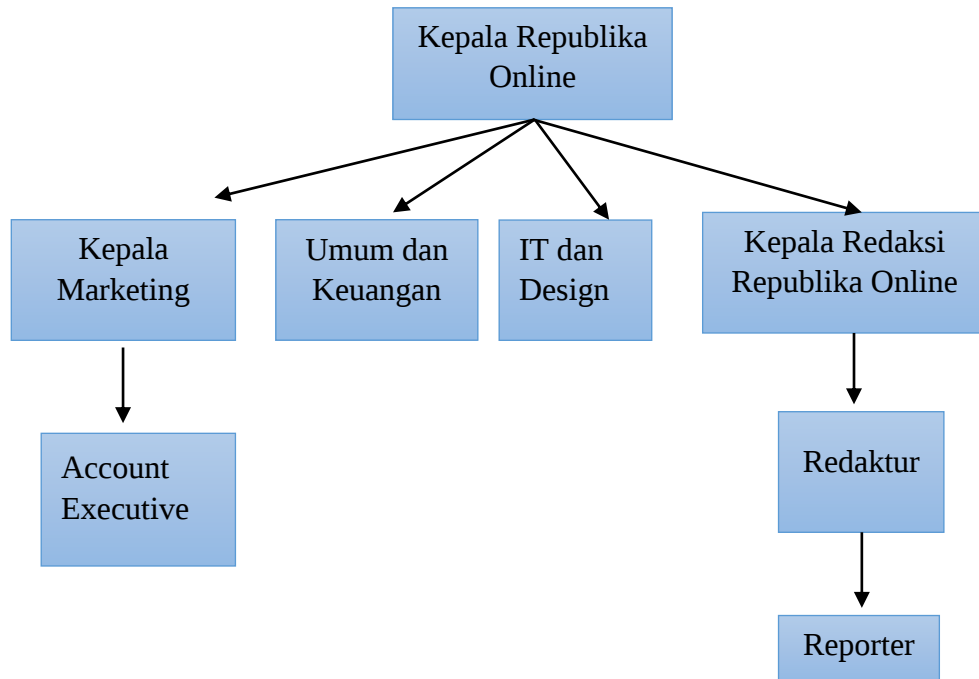
Dari uraian diatas dapat disimpulkan fungsi organisasi pada Republika online berjalan dengan baik. Republika membagi bidang redaksi dan operasional sehingga tidak terjadi pekerjaan yang double dari setiap bidangnya.

Periode ROL ke-5

Pada keredaksian ke-5 ROL dipimpin oleh Agung P Vazza, kebijakan yang ditekankan pada saat itu. Secara umum, untuk redaksi yaitu kecepatan dan akurasi berita.

Fungsi perencanaan Agung dengan Irfan tidak jauh berbeda. Karedaksian ROL memfokuskan ke sisi konten dengan menyajikan informasi optimal. Pada implementasi fungsi perencanaan dilakukan melalui rapat koordinasi dengan penanggung jawab bidang masing-masing. Perencanaan marketing perencanaan dilakukan dalam rapat tim marketing. Begitu juga dengan bagian umum dan keuangan. Perencanaan keredaksian melalui rapat dengan seluruh awak redaksi. Rapat-rapat itu ditambah lagi dengan rapat gabungan seluruh awak Republika.co.id. Dalam waktu-waktu tertentu dilakukan juga rapat koordinasi dengan awak redaksi dan marketing Republika versi cetak (koran). Rapat yang sama juga dilakukan dengan tim IT. (wawancara,28/08/2018)

Struktur organisasi saat itu : Pemimpin Redaksi Republika membawahi Kepala Republika.co.id. Sedangkan Kepala Republika.co.id membawahi Kepala Marketing, Bagian Umum dan Keuangan, Bagian IT termasuk disain web, serta Kepala Redaksi. Kepala Marketing membawahi account executive. Kepala Redaksi membawahi redaktur, sedangkan Redaktur membawahi reporter. Saat itu, Newsroom sudah ada tapi belum secanggih sekarang ini karena bisa dibilang waktu itu masih tergolong baru dikembangkan. Secara keseluruhan, total sekitar 15 orang. Delapan diantaranya awak redaksi.



4.2.1 Redaksi ROL Agung P Vazza .(wawancara,28/08/2018)

Seperti biasa, setiap hari kita ada rapat koordinasi redaksi terkait isu-isu yang akan dikembangkan. Seluruh awak redaksi terutama redaktur hadir di rapat ini. Rapat ini juga mengatur jadwal piket malam maupun mingguan untuk awak redaksi. Piket ini penting karena Republika.co.id terus tayang 24 jam sehari, 7 hari seminggu termasuk hari sabtu, minggu, dan libur nasional. Republika.co.id sebagai portal berita online tidak mengenal istilah 'tidak terbit' seperti Republika cetak, yang tidak terbit pada saat libur nasional (tanggal merah).

Seperti disebutkan, isu-isu tertentu yang akan ditayangkan diputuskan dalam rapat koordinasi redaksi. Kemudian Redaktur menugaskan reporter republika.co.id dan reporter newsroom untuk mengejar isu tersebut. Selanjutnya, berita-berita yang sudah masuk dari reporter, diedit Redaktur untuk ditayangkan. Karena keterbatasan jumlah awak redaksi, seringkali Redaktur juga ikut mencari berita seperti reporter. Jika berita dari Redaktur, maka yang mengedit adalah Kepala Redaksi.

Dari uraian diatas Agung mendeskripsikan fungsi perencanaan dengan melakukan rapat-rapat sehingga semua bidang dapat terkontrol dan terkoordinir.

Periode ROL ke-6

Pada keredaksian ke-6 dipegang oleh Irwan Arif Yanto. Mengenai manajemen Republika online saat diwawancara ia mengatakan (Irwan, 18/08/2018), Fungsi perencanaan untuk mengembangkan ROL melakukan inovasi dari segi konten, marketing, medsos dan kegiatan off line Republika Online.

Pada sisi teknis Keredaksian, melakukan rapat redaksi, selain itu mengoptimalkan teknologi juga dengan koordinasi lewat alat komunikasi, tim redaksi membuat grup BBM. BBM digunakan untuk diskusi dan koordinasi.

Irwan menjelaskan kondisi saat itu kekurangan reporter karena setiap membutuhkan berita harus ke newsroom. ROL belum memiliki reporter khusus. Cara mengatasi hal itu Irwan memuat berita dengan mendalam dari isu yang berbau keislaman. Menggunakan pola, pola seperti itu tidak membuat kekurangan konten pada redaktur. Seperti konten tentang kiamat dan illuminati.

Pada wawancara Irwan Arif yanto ia menfatakan “Kami menggunakan pola *past*, *present* dan *future*, karena suatu peristiwa itu bisa di lihat dari tiga sudut pandang. Bisa dilihat dari masa lalu, masa sekarang dan masa depan.”

Redaktur dituntut mengeksplor peristiwa masa lalu seperti sejarah islam. Hal ini menjadi bahan isu berita Republika online. Irwan menjelaskan setiap pagi membahas tema yang akan diluncurkan untuk konten berita Republika online. Menurutnya karena pesaing dari sudut pandang kecepatan susah untuk menarik pengunjung karena Republika kalah saing dengan media pesaing. Maka ia mengambil sudut pandang pada perspektif membuat isu-isu mendalam.

Seperti yang dikutip pada wawancara mengatakan “Saya menarik salah satu ustad yang namanya Erik Yusuf dari bandung. Saya liat dia tuh bekas musisi bagus, dan dia tuh anak muda baget! Saya Tarik dia ke Jakarta saya tawarin satu sisi di Republika yang namanya Ceruk Erik Yusuf , bisa cek di tahun 2012 itu perubahan-perubahan secara potensi.” (Yanto,2018)

Dari segi konten lebih mengoptimalkan 12 orang timnya di redaksi dengan memuat berita yang segmented. Disamping itu pula ia melakukan berbagai inovaasi dibidang lain.

Dalam kegiatan redaksi. Setiap rapat redaksi pro kontra menjadi hal yng menarik menurut Irwan. Karena menjadikan suasana memacu untuk berfikir.

Setiap timnya ditentukan untuk menulis berita tidak lebih dari 10. Jadi dari 12 orang maksimal membuat 10 berita jadi dalam sehari bisa mencapai 120 berita yang di-*Upload*. Untuk Sabtu dan Minggu sekitar 60-70 berita per harinya. Upload berita saat pertama kali dengan rentan waktu satu jam sekali. Namun, ketika orang banyak mencari tim redaksi mengoptimalkan berita dengan meng-Upload setengah jam sekali.

Selain inovasi konten Irwan juga mulai menggalang komunitas. Sehingga pada saat itu membentuk tim komunitas terdiri dari dua orang untuk mengurus komunitas. Pada saat itu menggaet komunitas hijabers yang sebelumnya belum booming soal hijabers, itu di tahun 2012 .

“Pada waktu itu baru berkembang. Nah kita lirik fashoinnya, Nah saya melihat *canal-canal* saya lupa *canal*-nya apa ya. Cuma ada pipi kemerah-merahan dalam Islam itu artinya apa, saya lupa lagi. Itu sudah lama sekali, terus saya juga merekrut redaktornya”. (Yanto,2018)

Selain konten perubahan juga dilakukan dari sisi desain. Konsep-konsep yang terlalu tua di ubah walau pun saat itu sempat jeblog gitu lah. Saat di wawancara (Irwan, 18/08/2018)

Dari sisi marketing juga ada inovasi. Sebelumnya Republika hanya membidik pasar pemerintahan walau pun dana besar tapi memulai mengambil pasar diluar itu seperti mencoba ke BCA, Mandiri, Indomart, dan Alfamart. Hal itu untuk membangun kemandirian.

Disamping itu semua, Irwan melakukan pengembangan sosmed menggunakan Twitter. Seperti yang dikutip pada wawancara “saya bangun dan saya paksa salah satu redaktur pada waktu membuat komunitas sosmed. Saya paksa dia untuk menekan follower tweter untuk banyak berinteraksi.” (Yanto,2018)

Dari pengembangan ke sosmed Irwan bertujuan untuk mengembangkan lebih lebar. Supaya ROL banyak dibicarakan dan merupakan ajang promosi dimedsos.

Secara *off line* membuat resolusi Republika Goes To Campus. Program ini berkeliling ke kampus-kampus, terutama kampus-kampus swasta. Untuk

menajarkan jurnalistik, pada saat itu tim pengajar dua orang, Agung bersma temanya fotografer.

(Yanto, 2018) mengatakan “Alhamdulillah dalam jangka satu tahun jumlah komunitas sekitar 200 – 300 jadi setiap minggu saya undang mereka ke kantor. saya ajak diskusi dan saya ajak menjadi kontributor.”

Dari uraian diatas ROL mengalami perubahan yang segmentid, dari waktu-kewaktu. Estapeta perjuangan mulai dari pembenahan redaksi yang sebelumnya, penguatan konten hingga pada kepemimpinan Arief membuat ROL hadir bukan hanya sebagai portal berita tapi dapat memberikan keilmuan jurnalistik ke masyarakat khususnya ke siswa dan mahasiswa.

Periode ROL ke-7 dan ke-8

Pada kepemimpinan Maman Sudiaman dan Elba Damhuri. ROL beranjak mulai mejadi media yang banyak dicari rujukan berita islam. Karena berita yang dimuat bukan hanya informasi dalam negri namun dari luar negri seperti timur tengah. Ditandai dengan peningkatan jumlah pengunjung.

Pada periode kepemimpinan Maman Sudiaman kebijakan perencanaanya menjadikan ROL sebagai yang tidak hanya menyediakan kebutuhan informasi, tetapi juga ruang berekspresi bagi umat, hiburan, bahkan berbelanja. Untuk itulah ROL hadir sebagai One Stop Portal Berbasis Komunitas. Pada periode ini ROL hadir tampak mandiri tidak dibayangi oleh berita koran. Banyak berita yang cepat *upload* tanpa menunggu berita hari itu muncul dikoran. ROL berusaha hadir memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembaca dengan adanya news, video, komunitas, sosial media, Digital newspaper, hingga ecommerce, yang menjadi muatan ROL.

Pencapaian itu ditandai dengan banyaknya pengunjung ROL. Dari data tahun 2016 untuk profil pembaca Republika Online mayoritas lebih dari 84,37% di dominasi oleh pria, sedangkan sisanya 15,63% adalah wanita. Pada level tingkat pendidikan mayoritas pembaca Republika Online adalah yang telah menempuh tingkat sarjana atau S1 sebesar 66,33%, kemudian yang kedua adalah tingkat sekolah menengah atas/SMA sebesar 21,77% dan seterusnya. Sedangkan, pada level umur, mayoritas pembaca Republika Online didominasi pada umur 25-30 tahun sebesar 23,07%, kedua terbesar umur 35-40 sebesar 13,02% dan seterusnya. (Wardani:2016)

Masuk pada periode kepemimpinan Elba Damhuri, dengan tag-line *Beyond News* yang artinya menyajikan informasi yang mendalam, akurat, serta dilengkapi visualisasi yang memanjakan mata dan memuaskan bagi para pembacanya. Republika.co.id kini merupakan portal berita yang menyajikan informasi secara teks, audio dan video, yang terbentuk berdasarkan teknologi hipermedia dan hiperteks. Dengan kemajuan informasi dan perkembangan sosial media, Republika.co.id hadir dengan berbagai fitur baru yang merupakan percampuran komunikasi media digital. Informasi yang disampaikan diperbarui secara berkelanjutan yang terangkum dalam sejumlah kanal, menjadikannya sebuah portal berita yang bisa dipercaya. (ROL09/08/2018)

Tepat 23 tahun usia ROL menjadi media online yang semakin baik dibidang manajemen keredaksian dan konten beritanya. Pada wawancara bersama Didi Purwadi (17/07/2018) Tim redaksi Republika online berjumlah 28 orang termasuk tiga Asisten Redaktur Republika online, redaktu dan tim buser. Tim buser merupakan reporter yang ditugaskan khusus untuk membantu ROL. Berikut daftar redaktur ROL dengan jobdesknya sebagai berikut:

Tabel. 4.2.1

DAFTAR REDAKTUR REPUBLIKA.CO.ID

NO	NAMA	DESK
1	Muhammad Hafil	Hukum
2	Ratna Puspita	Nasional
3	Bayu Hermawan	Politik
4	Andri Saubani	Politik-Hukum
5	Esthi Maharani	Kesra dan Daerah
6	Indira Reskisari	Parenting-Senggang
7	Yudha Manggala PP	Senggang-Ototek
8	Ichsan Emerald	Paenting
9	Agung Sasongko	Khasanah
10	Andi Nur Aminah	Khasanah
11	Ani Nursalikhah	SP
12	Friska Yolanda	SP

13	Dwi Murdaningsih	SP
14	Gita Amanda	SP
15	Nidia Zuraya	Ekonomi
16	Teguh Firmansyah	Ekonomi
17	Bilal Ramadhan	Internasional
18	Nuraini	Internasional
19	Reiny dwinanda	EV
20	Hazliansyah	Bola-Olahraga
21	Israr	Bola-Olahraga
22	Endo Yuwanto	Bola-Olahraga
23	Sadly Racman	Vidio
24	M. Amin Madani	Foto
25	Karta Raharja Ucu	PLT Asredpel
26	Didi Purwadi	Asredpel
27	Budi Raharjo	Asredpel
28	M. Subarkah	Asredpel

Sumber : Redaksi ROL 2018 (17/07/2018)

Pada saat teknis keredaksian malam hari melakukan rapat redaksi untuk berita keesokan harinya. Isu-isu yang booming dan hangat dibicarakan dan didiskusikan hingga di godog pada saat rapat redaksi, setelah isu di tentukan baru kemudian di plot oleh Asredpel , untuk menghubungkan reporter ke narasumber. Seperti yang dikutip pada wawancara dengan Didi Purwadi

“Nah bagaimana skema kerjasamanya, misalkan hari ini ada pemberangkatan kloter haji pertama. pertama kita lemparkan dulu ke news room karna ada desknya masing2, ada wartawan khasanah, khasanah ada empat orang kalo ga salah, ada wartawan ekomomi, ada wartawan politik.”

“Ok .. ROL punya isu besok tolong kejar eee... pemberangkatan haji kloter pertama di Embarkasi Pondok Gede. Gimana news room ada yang bisa kesana gak?”

“Oh ada nih satu orang misalnya namanya si Neneng” ((Didi Puwadi. 2018).

Pada rapat redaksi, setelah isu ditentukan maka langkah pertama redaktur melempar isu ke newsroom, jika reporter newsroom tidak ada maka baru dilempar ke reporter buser.

Setelah reporter menyelesaikan tugas, reporter mengirim berita kealamat email *newsrep*. Berita masuk ke *newsrep*, disana semua editor dan redaktur bisa mengontrol. Kemudian proses editing dikerjakan. Setelah selesai di edit kemudian para redaktur siap untuk mengupload. Rentan waktu up-load berita Republika memiliki ketentuan tiga menit sekali.

Dikutip dari wawancara, “Eee,, sebenarnya sih ini ya, sebisa mungkin jangan terlalu panjang, kita punya kebijakan jangan sampai tiga menit lebih tidak ada berita. Maksimal tiga menit tuh sudah ada berita. Anggaplah sekarang orang punya kemampuan membaca beita maksimal semenit, semenit kemudian harus ada berita lagi. Baca berita, keluar, baca berita terkini sudah ada berita baru lagi.” (Purwadi, 2018)

Kondisi sulit saat ditemui ketika hari sabtu dan minggu, Didi menyebutkan karena kekuatan awak redaksinya setengah dari hari biasanya. Jadi dibuat jadwal untuk piket di hari weekend. Untuk mengatasi keterlambatan juga setiap upload berita diwaktu tiga menit sekali.

“Misalkan hari sabtu piket pagi cuman dua orang itu ga mungkin dua orang tiga menit per-berita akhirnya lima menit per-berita. Walau pun SOP-nya harus ada tiga menit sekali per-berita tapi kan kondisinya gak selamanya ideal.” (Purwadi,2018)

Republika menampilkan suguhan berita yang variatif sehingga membuat pembaca berlama-lama untuk melihat konten ROL.

“Jadi gini beritanya tuh. Misalkan gini untuk orang berlama-lama selain pemilihan foto yang bagus, nah didalam bagian berita ini kita masukin foto yang lainnya. Jadi orang bukan hanya mendapat isi teks tulisya tapi dapat informasi foto-fotonya. Selain foto-foto kita nyantumin vidionya jadi ketika orang buka... buka berita dimanjakan tulisannya, dimanjakan dengan foto yang bagus dan juga dengan videonya. itu salah satunya membuat pembaca beerlama-lama membaca berita online.” (Purwadi,2018)

Didi menjelaskan dengan orang berlama-lama membaca online karena kontennya berbobot maka pergantian berita cukup lama pada saat week-end maka itu bisa teratasi.

Tabel 4.2.1

Perubahan ROL 2018

Canal	Membangun <i>sistersite</i> . Sebuah anak perusahaan berbasis online. Hari ini yang sudah menjadi <i>sistersite canal</i> IKHRAM. Irfan junaidi akan membangun sistersite diantaranya, Republikbola dan gaya hidup islam Jannah.
Konten	Membuat berita kaya dengan data walau pun panjang diperkaya data dan orang bisa berlama-lama membaca, disamping itu dimanjakan dengan foto yang bagus dan video sehingga pembaca bisa melihat langsung sesuai situasi kejadian perkara.
	Membuat konten berita dengan data yang berbobot dengan menulis berita 3000 karakter.

Sumber : Didi Purwadi (17/07/2018)

Dari table di atas pada keredaksian ROL saat ini akan mengembangkan *sistersite*, selain itu dengan memiliki reporter busur yang bisa diandalkan untuk memenuhi berita-berita di ROL. Sehingga ROL mengedepankan sajian konten yang memuat data valid, dengan foto yang baik selain itu dilengkapi dengan video sehingga pembaca dapat melihat langsung tempat kejadian perkara.

4.2.2 Pengelolaan Sumber Daya Manusia Setiap Periode Kepemimpinan ROL

Pada sistem pengelolaan sumber daya manusia di ROL prinsipnya sama dari awal lahirnya ROL hingga sekarang. Selain menyajikan konten keislaman dalam mengatur keredaksian pun menggunakan nilai-nilai keislaman.. Semua karyawan republik dari tahun ke tahun dari periode ke periode. Menjalankan prinsip dan sistem yang sama yang membedakan adalah gaya kepemimpinan individu sendiri.

Republika pasti berbeda dengan media lainnya yang tumbuh di Indonesia. Para karyawan Republika dituntut untuk memahami visi dan misi keumatan. Jika para reporter baru tidak diberikan pengetahuan secara dalam mengenai Republika, ia pun akan salah langkah dan tak menutup kemungkinan akan membuat redaksi berita yang keluar dari sisi keislaman. Karena, Republika selalu mengutamakan sisi keislaman dalam setiap berita yang mereka tampilkan. Itulah satu alasan mengapa motto

Republika online ialah Jendela Umat. Artinya, informasi yang disajikan lebih diutamakan untuk komunitas muslim, barulah untuk kepentingan umum. (Febriani:2010)

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa Republika, bukan hanya profesional terhadap sajian berita tetapi terhadap SDM yang ada di dalamnya. Mengelola bagaimana produksi berita baik dikonsumsi khalayak, disamping itu juga para staf dituntut untuk memahami medianya supaya berjalan diatas jalur visi dan misi Republika. Begitu pun pengarahan bagi para staf yang bukan termasuk dalam tim redaksi, office boy misalnya. Mereka tetap diarahkan agar dapat bekerja dengan baik, maksimal dan perasaan yang ikhlas dan nyaman.

Selain itu sistem rolling karyawan dari koran ke online dari dulu sampai sekarang terus bergulir. Ditandai masih banyak karyawan yang masih tetap bertahan bertahun-tahun berada di republika meskipun terjadi *rolling* karyawan. Mereka siap ditempatkan dimana saja sesuai *skill* masing-masing individu.

Dari segi reporter baru di ROL, Arief mengatakan (Wawancara, 21/08/18), Selain itu juga pengembangan dari sisi rekrutmen. Rekrutmen karyawan dibuka setiap dua atau tiga kali rekrutmen pertahunnya. Standarnya pilihannya sebagai berikut :

- 1) Strata S1 dari berbagai jurusan
- 2) IPK harus standar
- 3) Harus bisa berbahasa inggris
- 4) Aktif berorganisasi pada bidang apa saja
- 5) Mengikuti tes kepenulisan dasar membuat berita.

Selain itu menjalankan fungsi pengarahan pada reporter, republika juga melakukan pengarahan pada reporter baru. Masa training yang ditujukan untuk reporter baru, selain menjelaskan secara mengenai visi misi dan ideologi Republika online selain itu diberikan training penulisan berita sesuai aturan di ROL(Salmah, Febrianai. 2010:79)

Selain pengelolaan mengenai karyawan baru, ROL juga memiliki kriteria dalam mengelola SDM setiap personalnya, Slamet Riyanto sebagai perintis Republika online mengatakan, Corporate Performance Management (CPM). CPM ini adalah standar untuk memonitor fungsi organisasi. Intinya adalah untuk memonitor. Misalnya, marketing itu bagus sekali jika bisa mendapatkan revenue 15 milyar pertahun. Begitu

tahun ini dapatnya segitu, brarti bagus sekali. Sedangkan bagus misalnya 10 milyar. Kalo cukup misalnya 9 milyar pertahun. Itu untuk Bagian Marketing. Namun kalau bagian pemberitaan, redaktur mempunyai indikator sendiri misalnya kecepatan pengiriman berita, kekuatan narasumber dan bagus teks beritanya. (Salmah, Febrianai. 2010:67)

Dengan sistem ini memudahkan ROL dalam mengatur dan mengelola karyawan. Fungsi utama CPM ialah untuk memonitor semua fungsi organisasi dalam Repunlika online. Selain untuk memonitor, redaktur Republika online dengan mengacu kepada CPM mempunyai indikator (penilain) untuk para reporter itu sendiri. Sedangkan untuk redaktur, Kepala Redaksi atau bagian operasional, terdapat beberapa orang (tim) lagi di atasnya untuk menilai kinerja mereka, begitu seterusnya. (Salmah, Febrianai. 2010:69)

Tabel 4.2.2

Indikator Penilaian

INDIKATOR PENILAIAN	A	B	C	D
Intensitas mengirim berita				
Kerapihan				
Kehadiran rapat bulanan				
Redaksi teks berita				

Sumber: . (Salmah, Febrianai. 2010:69)

Dari table diatas terdiri dari empat hal, yaitu intensitas mengirim berita, kerapihan reporter, kehadiran rapat bulanan, dan redaksi yang tepat saat menyusun berita. Masing- masing dari empat hal di atas dinilai juga dari empat indikator, yaitu A, B, C, maupun D. A yaitu peringkat tertinggi, B peringkat tertinggi setelah peringkat A, C yaitu nilai yang terendah sebelum D, dan D nilai yang paling rendah dari indikator ketiga di atas.

Keempat faktor di atas selanjutnya akan dikalkulasikan untuk kemudian ditetapkan berapa kompensasi bulanan yang patut diperoleh. Karena panduan CPM inilah tindak

nepotisme sulit terjadi. Nepotisme yang dimaksud di sini ialah jika ada seorang staf yang diterima karena ia memiliki sanak saudara atau pun sebagainya, kompensasi mereka akan kecil jika kinerja mereka kurang baik.

Menurut Slamet Riyanto, Redaktur menilai macam-macam, dari sisi kecepatan, kekuatan narasumber, teknik penulisan, bahasa, itu dinilai semua. Nilainya itu setiap tulisan dan tiap bulan diakumulasi, belum lagi performance secara umum. Misalnya, wartawan ini nggak pernah datang ke kantor, rapat nggak pernah ikut, rapat koordinasi nggak pernah datang. Disamping itu pula ketidakjujuran para reporter akan dapat diketahui dengan kedisiplinan mereka mengirim berita. Hal itu dapat dimonitor dari raport bulanan yang termonitor oleh sistem CPM. Produktivitas karyawan dapat terlihat dari hasil kerja dari indikator CPM di Republika online.

Dari uraian diatas pengawasan di Republika online sudah tergolong baik, karena termonitor dan berpedoman pada Corporate Performance Managemen (CPM). Sehingga kinerja reporter dapat terpantau dan terlihat produktivitas tiap individu sehingga berpengaruh pada kompensasi dari Republika online.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan fungsi pengawasan pada republika online cukup baik. Karena pengawasan terealisasi bukan hanya dari segi redaksi yang sudah jadi karyawan tapi reporter yang baru masuk juga diberikan pengarahan yang baik memberikan pelatihan-pelatihan, serta evaluasi keredaksian.

Kompensasi

Pada fungsi kompensasi di Republika online pada penuturan Arief . (Wawancara, 21/08/18). Fungsi kompensasi pada Republika online untuk tim redaksi sudah digajih rutin tiap bulan yang mereka terima. Disamping itu yang berhubungan dengan prestasi dihitung selama beberapa bulan atau mungkin enam bulan bahkan setahun memiliki prestasi akan mendapat promosi yang lebih cepat dibandingkan yang lainnya. Pada waktu tertentu Arief mengatakan mengadakan semacam lomba internal. Siapa tulisan terbaik akan dibidang news atau reproduktif diberikan penghargaan atau kompensasi.

Berbeda pada saat kepemimpinan Irwan memberikan insentif kepada reporter. Satu berita saat itu diberi harga sekitar Rp 5000 ribu/ Rp7500 ribu per berita. Jika berita yang dimuat dibaca oleh 1 juta orang maka, dikasih bonus satu juta, jika dibaca 500 di

kasih Rp 500, bonus dihitung dari jumlah pembaca berita yang ditulis oleh reporter tersebut.

Selain diberikan gaji ada juga kompensasi prestasi. Ada 2-3 orang diberi penghargaan karena prestasinya. (Irwan, 18/08/2018)

Irwan juga mengkoordinir bagian marketing untuk punya dana khusus. Jadi satu bulan atau dua bulan sekali, mengadakan karaoke atau nonton film bareng. Setelah itu diskusi juga mengenai filmnya. Hal-hal ringan seperti itu diperhatikan untuk menjalin kebersamaan dan kekompakan tim.

“Pernah waktu itu dapat uang 4 miliar, kita kaget dapat bonus. Tapi kita bagi rata. Mau dari OB (Office Boy) sampai redaktur, pimpinan semuanya dibagi rata, kalau ada satu juta bagi-bagi semua, karena itu kerja bareng. Kalau untungnya 10 juta ya bagi rata. Sampai ada yang dapat 500 ribu. Udah kita beli makanan makan bareng”. (Yanto, 2018)

Dari penuturan Irwan bertujuan supaya tim redaksi memiliki semangat kerja yang tinggi. Serta membangun kedekatan antar tim supaya menjadi tim yang kompak dan solid.

4.2.3 Pencapaian setiap periode dalam mengembangkan ROL

Dari Anniversari Republika.co.id (01/09/18-11:44), [Republika](http://Republika.co.id) online yang dilahirkan oleh [Harian Republika](http://HarianRepublika.co.id) juga berbasis komunitas muslim. Dalam perkembangannya pembaca ROL didominasi oleh pembaca muslim modern. Keinginan ROL adalah menyajikan informasi dan layanan yang lengkap bagi para pembacanya. Selain itu bertekad menjadi sebuah media “*Beyond News*” yang menyajikan informasi yang mendalam, akurat, serta dilengkapi visualisasi yang memanjakan mata dan memuaskan bagi para pembacanya.

Pengunjung ROL meningkat 43,51% dibandingkan pengunjung di tahun 2016. Peningkatan pengunjung ROL diikuti juga dengan peningkatan pembaca baru tahun 2017 meningkat hampir 23,90%. Seiring dengan peningkatannya pengunjung *page view* yang dibuka juga meningkat 32,90%. Untuk *session* terjadi peningkatan sekitar 58,10%, sehingga rata-rata *time out site* atau lama orang saat membuka ROL adalah

3 menit 31 detik. Pengunjung ROL yang mengakses melalui mobile sebanyak 77.512.041 pengunjung, melalui desktop sebanyak 17.297.454 pengunjung, dan tablet sebanyak 2.569.095 pengunjung. Adapun dari sisi umur pengakses ROL sangat ideal yaitu usia sangat produktif yaitu umur 25-34 tahun sebanyak 35,77% dan umur 18-24 tahun sebanyak 25.84%. Berikut capaian yang diraih dari pengembangan ROL dari periode ke periode.

Tabel 4.2.3

Pencapaian ROL dari Setiap Periode

No	Kepala Redaksi ROL	Pengembangan ROL
1	Ahmadi Thata dan Anif Punto Utomo	Meluncurkan ROL menjadi perintis media online di Indonesia serta memasukan konten berita Harian Umum Republika ke ROL
2	Yayat Supriatna	Mulai menjadi media konvergen dengan memasukan berita yang tidak hanya mengandalkan dari Harian Umum Republika.
3	Irfan Junaidi	Pembenahan konten dan manajemen
4	Agung P Pazza	Memperkuat koordinasi diberbagai aspek bidang keredaksian, untuk menghasilkan produk (content) baru yang bisa membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan bisnis. Tingkat penjualan mengalami kenaikan, meskipun tidak terlalu signifikan.
5	Irwan Arif Yanto	Mengubah sisi konten, dengan menggunakan kalimat selebrasi kata Alhamdulillah atau Allohualbar dan kata-kata yang mengenai keislaman.

		• Membuat baru dan mengganti canal pada Republika online. Seperti canal Ceruk Erik Yusuf, canal pipi kemerah-merahan, Fashion dan lain sebagainya. • Menarik konten-konten mendalam seperti pembahsan tentang kiamat atau illuminati. • Membuat sosial media Tweeter untuk menarik komunitas sosmed. • Membuat kerjasama dengan perusahaan di luar instansi pemerintah • Membuat tim komunitas untuk banyak sosialisai dengan banyak komunitas.
6	Maman Sudiaman	• Penghargaan HPN 2018 penghargaan kategori koran pertama yang memelopori media internet. • Media berkembang dengan kenaikan pengunjung.
7	Elba Damhuri	• Membangun <i>sistersite</i>. Sebuah anak perusahaan berbasis online. Hari ini

		yang sudah menjadi <i>sistersite canal</i> IKHRAM. Irfan junaidi akan membangun <i>sistersite</i> diantaranya, Republikbola dan Jannah. • Membuat berita kaya dengan data walaupun panjang diperkaya data dan orang bisa berlama-lama membaca, disamping itu dimanjakan dengan foto yang bagus dan video sehingga pembaca bisa melihat langsung suasana kejadian perkara. • Membuat konten berita dengan data yang berbobot dengan menulis berita 3000 karakter.
--	--	--

4.3 Pembahasan

Pada pembahasan penelitian poin pertama mengenai aspek perencanaan dari setiap periode kepemimpinan. Dari aspek yang pertama ini penulis juga membahas aspek pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Proses ini adalah hal pertama dalam organisasi untuk merencanakan dan merancang untuk mencapai tujuan organisasi.

Tujuan dan tugas-tugas organisasi direncanakan diawal, hal ini dibahas dalam aspek perencanaan. Kemudian setelah penyusunan tujuan dan tugas-tugas organisasi di organisir dengan jobdesk organisasi di tiap divisi. Pengorganisasian jobdesk sudah disusun kemudian diberikan tanggung jawab kepada tiap orang yang dipercaya, disini fungsi pengarahan berjalan. Keberjalanan orang yang diberi tanggung jawab supaya tetap bekerja sesuai jobdeks-nya maka fungsi pengarahan berjalan untuk mengawasi keberjalan organisasi.

Penulis melakukan penelitian di ROL, mengetahui gambaran aspek-aspek manajemen dari tahun ke tahun. Hal ini bisa dilihat dari dinamika ROL yang akan berubah seiring berjalannya waktu ataupun dilihat dari perbedaannya tiap kepemimpinan redaksi. Perubahan ini akan terlihat dari perkembangan ROL yang senantiasa berubah.

Aspek manajemen perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan pada ROL dilakukan dengan cukup baik, namun ada sedikit kekurangan pada periode awal terkendalanya dengan kekurangan SDM. Ditandai dengan kutipan sebagai berikut

Pada awal berdirinya ROL hadir dengan tim yang sedikit bahkan Dikutip dari portal berita Republika online saat itu Ahmadi Thaha seorang wartawan republika, beliau penggagas kelahiran ROL. Relatif bekerja sendirian, Ahmadi menyiapkan, merancang, dan mengonsep ROL. Saat itu, belum ada situs berita. Dunia internet belum lama dikenal di Indonesia. Perusahaan jasa akses internet di Indonesia pun baru ada tiga. (ROL,ed-17/08/12)

Dari uraian diatas membuktikan ROL hadir dengan awak yang minim. Bahkan dibilang bekerja sendiri pada saat itu. Dari kutipan wawancara Slamet Riyanto (17/7/2018) Sehari cuman menghasilkan sedikit berita. Serta bekerjanya secara manual, ROL hanya mampu menampilkan *hideline* halaman aja.

“Itulah awalnya seperti itu. Tim Republika online pertama cuman sendiri terus kemudian gabung ada temen-temen IT ada tiga orang. Semuanya itu kerjanya campur aduk, segala kerjaan dikerjain. Sebulan sekali kita ke Glodok nyari buku IT untuk dibaca, supaya lebih paham dunia IT, meskipun buku cetakan tua atau fotocopyan yang penting bisa baca sesuatu”. (Ryanto,2018)

Pada awal-awal Republika online belum terbilang optimal dari sisi manajemennya, kekurangan sumber daya manusia (SDM) membuat tim redaksi lebih ekstra mengelola ROL. SDM yang ada berusaha mengoptimalkan kemampuan dengan mengerjakan pekerjaan lebih dari satu. Hingga kesalahan penulisan sering terjadi.

Selain itu berpengaruh juga pada produksi berita pada Republika online. Jumlah SDM sedikit serta sistem up-load berita masih manual sehingga tidak banyak memproduksi berita hanya bagian *headline* berita pada koran yang di munculkan ke versi *online*.

Seiring berjalannya waktu peluang bisnis media online sangat besar. Pemilik saham Harian umum Republika pun melirik peluang itu. Berkembangan zaman dari waktu ke waktu, dengan adanya hosting dari ISP, republika.co.id mulai mengembangkan

aplikasi. Upload berita juga ditambah menjadi semua berita yang ada di koran. Disamping itu kecepatan akses Republika.co.id menjadi lebih baik.

Pada 1997, direksi melihat ada peluang besar bisnis baru internet, oleh karena itu dibentuklah sebuah perusahaan dengan nama Indoneis Media Network (IMN) yang berkantor di kompleks perkantoran Golden Trully Fatmawati, Jakarta. IMN membawa misi mengembangkan Republika.co.id dan bisnis ISP.

Empat personil Republika diminta menjalankan bisnis baru digital ini. Pelanggan mulai banyak dan Republika.co.id mulai diperbaiki dari performa maupun infrastruktur.(HPN,2018:6)

Akhir 1998 selain memindahkan berita dari Harian Umum Republika, ada tiga *canal* baru. Headline pada versi online pun mulai bervariasi. Ada empat berita yang menjadi *headline*, yaitu *headline* berita nasional, islam, olah raga, dan ekonomi/syariah.

ROL mengalami perubahan dengan penambahan personil, untuk kebejalaran ROL hingga dapat mengoptimalkan produksi berita di ROL. Dinamika perkembangan ROL dari awal sampai akhir tahun 1998 mengalami perubahan yang optimal, mengikuti perkembangan teknologi saat itu dengan menambahkan sejumlah personil untuk ROL.

Selanjutnya Masuk pada era tahun 2000 dunia internet makin eksis dan saat itu internet menjadi andalan kecepatan informasi. Mulai tahun 2000, edisi dilengkapi dengan berita terkini (breaking news). Berikutnya ROL mulai memberika *feature-feature* sebagai pelengkap informasi. (Punto Utomo,2010:88)

Perkembangan dari waktu ke waktu Republika tampil menuju perubahan sesuai perkembangan zaman, perencanaan dari redaksi Republika online untuk menuju perubahan menuai keseriusan hingga pada akhirnya Republika online menjadi salah satu bisnis portal.

Tahun 2001 Republika mulai melihat bahwa bisnis portal mempunyai prospek yang menjanjikan. Republika.co.id secara perlahan ditenahi. Baik dari sisi manajemen dan infrastrukturnya. (HPN 2018, 2018:6).

Hingga masuk ke tahun 2008 sosok ROL menjadi media yang mandiri tanpa campur tangan dari koran. Pada saat itu dikepalai oleh Yayat Supriatna sedangkan

kepala redaksi dipimpin oleh Arief Supriyono dengan periode jabatan tahun 2008-2011. Keredaksian hanya memiliki delapan redaktur, dengan reporter yang bersatu dengan cetak di newsroom. (Wawancara, 21/08/18). Walaupun dari manajemen eporter diatur dan sama dengan koran, namun dari segi berita ROL sudah memiliki karakter sendiri, berbeda dengan karakter koran.

Pada kebijakan perencanaan redaksi ROL pada Arief Supriyono, mengacu pada prinsip kecepatan jadi prinsipnya *the pers is the best* makin cepat itu lebih baik. Berita cepat up-load menjadi sisi target Republika online. Selain mengandalkan berita cepat Republika online punya segmen sendiri. Republika punya kepedulian pada umat sehingga nuansa-nuansa yang berbau keislaman menjadi kekuatan untuk Republika. Minat pembaca republika memiliki sentimen pembaca yang memiliki misi keumatan jadi berita-berita keislaman menjadi perhatian lebih dari media lain.

Segi konten Republika mengedepankan konten keislaman serta menjadi media mandiri tidak mengandalkan berita dari versi koran. Berita keislaman menjadi ciri khas yang menonjol. Prinsip awal Republika menjadi media yang merepresentasikan umat islam menjadi tolak ukur utama. Disamping itu, berita umum republika tetap menjadi berita penyeimbang. Namun hanya saja porsi tidak sebanyak berita yang memuat keislaman.

Pada pengelolaan berita Republika diatur oleh Newsroom bagian yang mengelola reporter. Pada online sendiri memiliki dua reporter khusus pada bidang video, kecuali reporter news saja yang bersatu dengan cetak di newsroom. Pada pengelolaan berita, reporter mengutamakan kecepatan untuk konten berita di online. Berita dibuat lebih dulu untuk online setelah itu baru untuk cetak. Produksi berita mencapai ratusan per-hari karena reporternya puluhan. Reporter sehari memproduksi 10 berita, jadi sehari bisa mencapai 150 berita. (Arief, wawancara. 21/08/18).

Manajemen keredaksian pada tahun 2008 sudah mulai perbaikan dari sisi manajemen dan konten. ROL mulai menyaingi media lain yang tampak unggul tidak lepas dengan itu, karakteristik ROL tampak kental dengan konten islami.

Pada teknis keredaksian Setiap reporter yang ditugaskan dilapangan harus memberikan informasi keberadaannya dimana. Supaya dapat terkontrol karena jika tidak memberikan informasi berarti reporter sedang menganggur tidak liputan.

Reporter di newsroom memiliki tugas liputan khusus masing-masing. Mereka ditugaskan kemana saja, pertama-tama tentu sesuai bidang liputan. Namun reporter bidang liputan sudah bekerja bisa saja ditugaskan kemudian lintas bidang sesuai ditugaskan. Jadi artinya tidak terbatas pada liputan yang itu-itu saja.

Setelah selesai menuntaskan mencari berita kemudian secepatnya segera menginformasikan atau melaporkan liputan dari situ kemudian beritanya masuk ke news room dari news room mendistribusikan ke kantong berita sesuai bidangnya. Selanjutnya redaktur melihat kantong masing-masing melihat berita yang akan ditampilkan. Kemudian mengambil berita untuk diproses editing terakhir kemudian di unggah.

Media online setelah diunggah ada yang mengawasi lagi selain editing, yaitu redaktur. Jika ada masalah dalam penulisan tidak jadi masalah tinggal diperbaiki berbeda dengan koran sudah dicetak tidak bisa diperbaiki. Kontrol Bahasa redaktur juga memperhatikan jika ada kesalahan.

Redaktur menyajikan berita jika ada yang harus dikembangkan menjadi berita menarik untuk dijadikan berita berikutnya nanti akan menugaskan reporter untuk turun ke lapangan dan menguhungi beberapa narasumber terkait. Berita tersebut dinamakan running news atau berita yang bergulir terus menerus.

Konten keislaman menjadi titik utama dan kecepatan juga adalah target ROL pada keredaksian Arief. Selain itu tampilan ROL mengalami perubahan dari situs berita sederhana menjadi web portal multimedia. Pada perubahan itu ROL dituntun menjadi media yang mendistribusikan konten dengan format cetak, online dan mobile.

Pada tanggal 6 Februari 2008, Republika.co.id memuat tampilan terbaru. Pada peluncuran tampilan baru ROL launching dengan tema “RELOAD”. (HPN.2018:7)

Selain dari sisi tampilan konten juga menjadi sorotan bagi Arief. Pemantauan, pengamatan dan perubahan pada kanal-kanal selalu digulirkan, apa yang perlu di update dan perlu ditambah. Jika sepi pengunjung dievaluasi. Hal itu terus digulirkan, kebijakan bersifat dinamis tidak berhenti disitu saja. Jika *canal* sepi tidak ada pengunjungnya, maka ambil tindakan untuk dihapus diganti dengan yang baru jadi lebih menarik.

Pada keredaksian Arief ROL tampil segar karena perkembangan teknologi, serta keredaksian timnya lebih banyak dengan personil delapan redaktur, dari segi reporter bergabung dengan cetak di *newsroom*.

Pada kepemimpinan Arief di tahun 2008 mengalami perubahan dari sisi konten dan tampilan. Konten dibilang mandiri saat itu karena tidak mengandalkan berita yang ada dikoran disalin ke versi cetak. Saat itu sudah mulai memiliki karakter berita seperti media online walau masih reporter bergabung di *newsroom*. Banyak kemungkinan sama berita yang ada dikoran dan di online namun perbedaanya lebih rinan tidak sedalam berita dikoran. Dari segi tampilan ROL memuat tampilan terbaru. Hingga pada peluncuran tampilan barunya ROL melounchingkan dengan tema “RELOAD”.

Selanjutnya Pada keredaksian periode ke-4 di kepalai oleh Irfan Junaidi, pada perencanaan pengembangan ROL, lebih fokus kepada konten. Hingga proses awal pencarian berita sampai siap akses sangat di perhatikan.

Pada kepeimpinan Irfan Junaidi teknis keredaksian banyak menggunakan pertemuan secara virtual dibandingkan tatap muka. Pertemuan tatap muka hanyalah seminggu sekali, biasanya hari senin jam 10.00 WIB itu pun sifatnya tidak wajib. Selebihnya para tim redaksi cukup menggunakan alat komunikasi dan informasi yang difasilitasi untuk tetap berinteraksi dan mengirim berita kepada para redaktur mereka masing-masing.

Pertemuan tatap muka yang hanya seminggu sekali dalam versi Republika online akan merencanakan berita apa saja yang akan mereka liput lengkap beserta penugasan dari Kepala Bidang Redaksi Republika online, Irfan Junaidi. Dalam pertemuan itulah Irfan, selaku Pemimpin Redaksi Republika online bertugas mengarahkan dan memberikan tugas peliputan sesuai dengan job masing-masing dengan tetap memantau kinerja para reporternya. Seusai rapat redaksi selesai, biasanya para reporter segera menuju lokasi masing-masing tanpa harus kembali lagi ke kantor redaksi. Mereka cukup mengirim berita ke redaktur mereka masing-masing setelah berhasil meliput berita yang didapat di lapangan. (Salmah, Febrianai. 2010:65)

Dari uraian di atas, dapat tarik kesimpulannya bahwa Ada perubahan dari segi koordinasi dibanding dengan periode sebelumnya. Dalam hal koordinasi antar redaksi

dan reporter menjalankan komunikasi mengandalkan teknologi disamping pertemuan rapat formil atau non formil.

Pada kepemimpinan Irfan produksi berita mencapai 200-250 perharinya. Mengalami perubahan yang sebelumnya tidak mencapai ke angka 200 berita per-hari. Hal ini didasari karena mudahnya koordinasi lewat alat komunikasi berdampak pada reporter, mereka tidak terlalu di bebaskan untuk hadir dalam rapat redaksi namun menekankan untuk wajib hadir di rapat bulanan untuk evaluasi jadi lebih focus untuk mencari berita sesuai arahan dan target.

Slamet Riyanto menjelaskan dalam Republika online juga tentu ada beberapa orang yang bertanggung jawab atas tampilan (layout) Republika online. Untuk desain atau desainerlah kita outsourcing. Kita merekrut lembaga dari luar untuk membikin layout Republika online, dan sampe sekarang ini kita udah beberapa kali ganti. Dari tahun 1995, terus 1998, 2000, 2007, 2008, 2009, nah Januari 2010 ini kita ganti lagi. Pergantian ini karena permintaan pengunjung dan tuntutan teknologi juga. Kalo sekarang lagi trend Facebook, kita nggak ngikutin, ketinggalan, kan? Oleh sebab itu kita ajak pengakses untuk menjadi fans Republika online dan nanti berita-berita kita bisa dikomen, komentar mereka nanti muncul di web kita. (Salmah, Febrianai. 2010:71)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan fungsi organisasi pada Republika online berjalan dengan baik. Republika membagi bidang redaksi dan operasional sehingga tidak terjadi pekerjaan yang double dari setiap bidangnya.

Pada keredaksian dipimpin oleh Agung P Vazza, kebijakan yang ditekankan pada saat itu. Secara umum, untuk redaksi yaitu kecepatan dan akurasi berita. Pada periode ini lebih inten fokus kekonten yang baik untuk konsumsi masyarakat. Serta mengoptimalkan personl supaya bekerja sesuai tujuan dan arahan.

Fungsi perencanaan Agung dengan Irfan tidak jauh berbeda. Karedaksian ROL memfokuskan ke sisi konten dengan menyajikan informasi optimal. Pada implementasi fungsi perencanaan dilakukan melalui rapat koordinasi dengan penanggung jawab bidang masing-masing. Perencanaan marketing perencanaan dilakukan dalam rapat tim marketing. Begitu juga dengan bagian umum dan keuangan. Perencanaan keredaksian melalui rapat dengan seluruh awak redaksi. Rapat-rapat itu

ditambah lagi dengan rapat gabungan seluruh awak Republika.co.id. Dalam waktu-waktu tertentu dilakukan juga rapat koordinasi dengan awak redaksi dan marketing Republika versi cetak (koran). Rapat yang sama juga dilakukan dengan tim IT. (wawancara, 28/08/2018)

Struktur organisasi saat itu : Pemimpin Redaksi Republika membawahi Kepala Republika.co.id. Sedangkan Kepala Republika.co.id membawahi Kepala Marketing, Bagian Umum dan Keuangan, Bagian IT termasuk disain web, serta Kepala Redaksi. Kepala Marketing membawahi account executive. Kepala Redaksi membawahi redaktur, sedangkan Redaktur membawahi reporter. Saat itu, Newsroom sudah ada tapi belum secanggih sekarang ini karena bisa dibilang waktu itu masih tergolong baru dikembangkan. Secara keseluruhan, total sekitar 15 orang. Delapan diantaranya awak redaksi.

Pada koordinasi di periode ini lebih padat karena ROL menyajikan konten selama 24 jam. Sehingga seluruh awak redaksi terutama redaktur hadir di rapat redaksi. Rapat ini juga mengatur jadwal piket malam maupun mingguan untuk awak redaksi supaya ROL terus tayang 24 jam sehari, 7 hari seminggu termasuk hari sabtu, minggu, dan libur nasional. Republika.co.id sebagai portal berita online tidak mengenal istilah 'tidak terbit' seperti Republika cetak, yang tidak terbit pada saat libur nasional (tanggal merah).

Seperti disebutkan, isu-isu tertentu yang akan ditayangkan diputuskan dalam rapat koordinasi redaksi. Kemudian Redaktur menugaskan reporter republika.co.id dan reporter newsroom untuk mengejar isu tersebut. Selanjutnya, berita-berita yang sudah masuk dari reporter, diedit Redaktur untuk ditayangkan. Karena keterbatasan jumlah awak redaksi, seringkali Redaktur juga ikut mencari berita seperti reporter. Jika berita dari Redaktur, maka yang mengedit adalah Kepala Redaksi.

Dari uraian diatas Agung mendeskripsikan fungsi perencanaan dengan melakukan rapat-rapat sehingga semua bidang dapat terkontrol dan terkoordinir. Kelebihannya ROL tayang 24 jam hingga melibatkan personil yang siap untuk ditugaskan untuk jaga malam.

Pada periode kepemimpinan Irwan Arif Yanto. Mengenai manajemen Republika online saat diwawancara ia mengatakan (Irwan, 18/08/2018), Fungsi

perencanaan untuk mengembangkan ROL melakukan inovasi dari segi konten, marketing, medsos dan kegiatan off line Republika Online.

Pada sisi teknis Keredaksian, melakukan rapat redaksi, selain itu mengoptimalkan teknologi juga dengan koordinasi lewat alat komunikasi, tim redaksi membuat grup BBM. BBM digunakan untuk diskusi dan koordinasi.

Irwan menjelaskan kondisi saat itu kekurangan reporter karena setiap membutuhkan berita harus ke newsroom. ROL belum memiliki reporter khusus. Cara mengatasi hal itu Irwan memuat berita dengan mendalam dari isu yang berbau keislaman. Menggunakan pola, pola seperti itu tidak membuat kekurangan konten pada redaktur. Seperti konten tentang kiamat dan illuminati.

“Kami menggunakan pola *past, present* dan *future*, karena suatu peristiwa itu bisa di lihat dari tiga sudut pandang. Bisa dilihat dari masa lalu, masa sekarang dan masa depan.” (Yanto, 2018)

Redaktur dituntut mengeksplor peristiwa masa lalu seperti sejarah islam. Hal ini menjadi bahan isu berita Republika online. Irwan menjelaskan setiap pagi membahas tema yang akan diluncurkan untuk konten berita Republika online. Menurutnya karena pesaing dari sudut pandang kecepatan susah untuk menarik pengunjung karena Republika kalah saing dengan media pesaing. Maka ia mengambil sudut pandang pada perspektif membuat isu-isu mendalam. Selain itu, menambahkan kanal ceruk Erik Yusuf.

“Saya menarik salah satu ustad yang namanya Erik Yusuf dari bandung. Saya liat dia tuh bekas musisi bagus, dan dia tuh anak muda banget! Saya Tarik dia ke Jakarta saya tawarin satu sisi di Republika yang namanya Ceruk Erik Yusuf , bisa cek di tahun 2012 itu perubahan-perubahan secara potensi.”(Yanto,2018)

Dari segi konten lebih mengoptimalkan 12 orang timnya di redaksi dengan memuat berita yang segmented. Jadi dari 12 orang maksimal membuat 10 berita jadi dalam sehari bisa mencapai 120 berita yang di-*Upload*. Untuk sabtu dan minggu sekitar 60-70 berita per harinya. Upload berita saat pertama kali dengan rentan waktu satu jam sekali. Namun, ketika orang banyak mencari tim redaksi mengoptimalkan berita dengan meng-Upload setengah jam sekali.

Selain inovasi konten Irwan juga mulai menggalang komunitas. Sehingga pada saat itu membentuk tim komunitas terdiri dari dua orang untuk mengurus

komunitas. Pada saat itu menggaet komunitas hijabers yang sebelumnya belum booming soal hijabers, itu di tahun 2012 . Selain fashion, membuat kanal Khumairah, berisi tentang seputar muslimah tapi tidak lama kanal itu dihapus karena sedikitnya pengunujng.

“Pada waktu itu baru berkembang. Nah kita lirik fashoinnya, Nah saya melihat *canal-canal* saya lupa *canal*-nya apa ya. Cuman ada pipi kemerah-merahan dalam islam itu artinya apa, saya lupa lagi. Itu sudah lama sekali, terus saya juga merekrut redaktornya”.(Yanto,2018)

Dari sisi marketing juga ada inovasi. Sebelumnya Republika hanya membidik pasar pemerintahan walau pun dana besar tapi memulai mengambil pasar diluar itu seperti mencoba ke BCA, Mandiri, Indomart, dan Alfamart. Hal itu untuk membangun kemandirian. Disamping itu semua, Irwan melakukan pengembangan sosmed menggunakan Twitter.

“saya bangun dan saya paksa salah satu redaktur pada waktu membuat komuniatas sosmed. Saya paksa dia untuk menekan follower tweter untuk banyak berinteraksi.” (Yanto,2018).

Dari pengembangan ke sosmed Irwan bertujuan untuk mengembangkan lebih lebar. Supaya ROL banyak dibicarakan dan merupaka ajanng promosi dimesos.

Secara *off line* membuat resolusi Republika Goes To Campus. Progam ini berkeliling ke kampus-kampus, terutama kampus-kampus suwasta. Untuk menajarkan jurnalistik, pada saat itu tim pengajar dua orang, Agung bersma temanya fotografer.

“Alhamdulillah dalam jangka satu tahun jumlah komunitas sekitar 200 – 300 jadi setiap minggu saya undang mereka ke kantor. saya ajak diskusi dan saya ajak menjadi kontributor.”(Yanto,2018)

Dari uraian diatas ROL mengalami perubahan yang segmentid, dari waktu-kewaktu. Estapeta perjuangan mulai dari pembenahan redaksi yang sebelumnya, penguatan konten hingga pada kepemimpinan Arief membuat ROL hadir bukan hanya sebagai portal berita tapi dapat memberikan keilmuan jurnalistik ke masyarakat khususnya ke siswa dan mahasiswa.

Pada kepemimpinan Maman Sudiaman dan Elba Damhuri. ROL beranjak mulai menjadi media yang banyak dicari rujukan berita islam. Karena berita yang dimuat bukan hanya informasi dalam negeri namun dari luar negeri seperti timur tengah. Ditandai dengan peningkatan jumlah pengunjung.

Pencapaian itu ditandai dengan banyaknya pengunjung ROL. Dari data tahun 2016 untuk profil pembaca Republika Online mayoritas lebih dari 84,37% di dominasi oleh pria, sedangkan sisanya 15,63% adalah wanita. Pada level tingkat pendidikan mayoritas pembaca Republika Online adalah yang telah menempuh tingkat sarjana atau S1 sebesar 66,33%, kemudian yang kedua adalah tingkat sekolah menengah atas/SMA sebesar 21,77% dan seterusnya. Sedangkan, pada level umur, mayoritas pembaca Republika Online didominasi pada umur 25-30 tahun sebesar 23,07%, kedua terbesar umur 35-40 sebesar 13,02% dan seterusnya. (Wardani:2016)

Republika.co.id kini merupakan portal berita yang menyajikan informasi secara teks, audio dan video, yang terbentuk berdasarkan teknologi hipermedia dan hiperteks. Dengan kemajuan informasi dan perkembangan sosial media, Republika.co.id hadir dengan berbagai fitur baru yang merupakan percampuran komunikasi media digital. Informasi yang disampaikan diperbarui secara berkelanjutan yang terangkum dalam sejumlah kanal, menjadikannya sebuah portal berita yang bisa dipercaya. (ROL09/08/2018)

Tepat 23 tahun usia ROL menjadi media online yang semakin baik dibidang manajemen keredaksian dan konten beritanya. Pada wawancara bersama Didi Purwadi (17/07/2018) Tim redaksi Republika online berjumlah 28 orang termasuk tiga Asisten Redaktur Republika online, redaktu dan tim buser. Tim buser merupakan reporter yang ditugaskan khusus untuk membantu ROL. Proses produksi berita tidak jauh beda dengan teknis kerdaksian sebelumnya. ROL kini mampu menayangkan berita dengan Rentan waktu 3 menit sekali hadir 24 jam. Dari sisi konten kini ROL menampilkan suguhan berita yang variatif sehingga membuat pembaca berlama-lama untuk melihat konten ROL.

“Jadi gini beritanya tuh. Misalkan gini untuk orang berlama-lama selain pemilihan foto yang bagus, nah didalam bagian berita ini kita masukin foto yang lainnya. Jadi orang bukan hanya mendapat isi teks tulisya tapi dapat informasi foto-fotonya. Selain foto-foto kita nyantumin vidionya jadi ketika orang buka... buka berita dimanjakan

tulisannya, dimanjakan dengan foto yang bagus dan juga dengan videonya. itu salah satunya membuat pembaca beerlama-lama membaca berita online.”(Purwadi,2018)

Didi menjelaskan dengan orang berlama-lama membaca online karena kontennya berbobot maka pergantian berita cukup lama pada saat week-end maka itu bisa teratasi. Perkembangan ROL kini mengoptimalkan sajian berita yang kredibel ssehingga pembaca bisa mengklarifikasi berita hoax yang beredar. Karena ROL mengedepankan fakta dan data seuai kejadian real dilapangan.

Selain itu juga pengunjung dapat membaca berita panjang dengan muatan data yang lengkap sehingga memanjakan dan memuaskan dahaga pembaca untuk mengetahui ikisuatu isu. ROL memilki kanal Analys disini kontenya tidak seperti konten berita online yang lainnya yang hanya menampilkan beberapa paragraf. Kanal analys kaya dengan data sehingga menyajikna berita yang cukup panjang, pastinya akan memuaskan pembaca karena konten beritanya utuh selain data lengkap didukung dengan foto dan video.

ROL juga kini memiliki *sistersite* IHRAM, awalnya sebuah canal di ROL. Karena banyaknya pengunjung dan iklan yang masuk. IHRAM akhirnya berdiri sendiri namun masih dalam control tangan ROL. IHRAM ini memiliki konten berita seputar haji dan umrah Indonesia, selain itu juga ada seputar konsultasi mengenai haji dan umrah dan banyak lagi.

Poin ke dua dari sisi SDM, Republika pasti berbeda dengan media lainnya yang tumbuh di Indonesia. Para karyawan Republika dituntut untuk memahami visi dan misi keumatan. Jika para reporter baru tidak diberikan pengetahuan secara dalam mengenai Republika, ia pun akan salah langkah dan tak menutup kemungkinan akan membuat redaksi berita yang keluar dari sisi keislaman. Karena, Republika selalu mengutamakan sisi keislaman dalam setiap berita yang mereka tampilkan. Itulah satu alasan mengapa motto Republika online ialah Jendela Umat. Artinya, informasi yang disajikan lebih diutamakan untuk komunitas muslim, barulah untuk kepentingan umum. (Febriani:2010)

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa Republika, bukan hanya profesional terhadap sajian berita tetapi terhadap SDM yang ada di dalamnya. Mengelola bagaimana produksi berita baik dikonsumsi khalayak, disamping itu juga para staf

dituntut untuk memahami medianya supaya berjalan diatas jalur visi dan misi Republika. Begitu pun pengarahan bagi para staf yang bukan termasuk dalam tim redaksi, office boy misalnya. Mereka tetap diarahkan agar dapat bekerja dengan baik, maksimal dan perasaan yang ikhlas dan nyaman.

Selain itu sistem rolling karyawan dari koran ke online dari dulu sampai sekarang terus bergulir. Ditandai masih banyak karyawan yang masih tetap bertahan bertahun-tahun berada di republika meskipun terjadi *rolling* karyawan. Mereka siap ditempatkan dimana saja sesuai *skill* msing-masing individu.

ROL memiliki sistem untuk memudahkan dalam mengatur dan mengelola karyawan. Fungsi utama CPM ialah untuk memonitor semua fungsi organisasi dalam Repunlika online. Selain untuk memonitor, redaktur Republika online dengan mengacu kepada CPM mempunyai indicator (penilain) untuk para reporter itu sendiri. Sedangkan untuk redaktur, Kepala Redaksi atau bagian operasional, terdapat beberapa orang (tim) lagi di atasnya untuk menilai kinerja mereka, begitu seterusnya. (Salmah, Febrianai. 2010:69)

Dari uraian diatas pengawasan di Republika online sudah tergolong baik, karena termonitor dan berpedoman pada Corporate Performance Managemen (CPM). Sehingga kinerja reporter dapat terpantau dan terlihat produktivitas tiap individu sehingga berpengaruh pada kompensasi dari Republika online.

Pada fungsi kompensasi di Republika online pada penuturan Arief . (Wawancara, 21/08/18). Fungsi kompensasi pada Republika online untuk tim redaksi sudah digaji rutin tiap bulan yang mereka terima. Disamping itu yang berhubungan dengan prestasi dihitung selama beberapa bulan atau mungkin enam bulan bahkan setahun memiliki prestasi akan mendapat promosi yang lebih cepat dibandingkan yang lainnya. Pada waktu tertentu Arief mengatakan mengadakan semacam lomba internal. Siapa tulisan terbaik akan dibidang news atau reproduktif diberikan penghargaan atau kompensasi.

Berbeda pada saat kepemimpinan Irwan memberikan insentif kepada reporter. Satu berita saat itu diberi harga sekitar Rp 5000 ribu/ Rp7500 ribu per berita. Jika berita yang dimuat dibaca oleh 1 juta orang maka, dikasih bonus satu juta, jika dibaca 500 di kasih Rp 500, bonus dihitung dari jumlah pembaca berita yang ditulis oleh reporter

tersebut. Selain diberikan gaji ada juga kompensasi prestasi. Ada 2-3 orang diberi penghargaan karena prestasinya. (Irwan, 18/08/2018)

Irwan juga mengkoordinir bagian marketing untuk punya dana khusus. Jadi satu bulan atau dua bulan sekali, mengadakan karaoke atau nonton film bareng. Setelah itu diskusi juga mengenai filmnya. Hal-hal lain seperti itu diperhatikan untuk menjalin kebersamaan dan kekompakan tim.

“Pernah waktu itu dapat uang 4 miliar, kita kaget dapat bonus. Tapi kita bagiin rata. Mau dari OB (Office Boy) sampai redaktur, pimpinan semuanya dibagi rata, kalo ada satu juta bagi-bagi semua, karena itu kerja bareng. Kalo untungnya 10 juta ya bagi rata. Sampe ada yang dapat 500 ribu. Udah kita beli makanan makan bareng”. (Yanto, 2018).

Dari penuturan Irwan bertujuan supaya tim redaksi memiliki semangat kerja yang tinggi. Serta membangun kedekatan antar tim supaya menjadi tim yang kompak dan solid.

Pada poin ketiga membahas tentang aspek pengembangan pada Anniversari Republika.co.id (01/09/18-11:44), Republika online yang dilahirkan oleh Harian Republika juga berbasis komunitas muslim. Dalam perkembangannya pembaca ROL didominasi oleh pembaca muslim modern. Keinginan ROL adalah menyajikan informasi dan layanan yang lengkap bagi para pembacanya. Selain itu bertekad menjadi sebuah media “*Beyond News*” yang menyajikan informasi yang mendalam, akurat, serta dilengkapi visualisasi yang memanjakan mata dan memuaskan bagi para pembacanya.

Pengunjung ROL meningkat 43,51% dibandingkan pengunjung di tahun 2016. Peningkatan pengunjung ROL diikuti juga dengan peningkatan pembaca baru tahun 2017 meningkat hampir 23.90%. Seiring dengan peningkatannya pengunjung *page view* yang dibuka juga meningkat 32.90%. Untuk *session* terjadi peningkatan sekitar 58,10%, sehingga rata-rata *time out site* atau lama orang saat membuka ROL adalah 3 menit 31 detik. Pengunjung ROL yang mengakses melalui mobile sebanyak 77.512.041 pengunjung, melalui desktop sebanyak 17.297.454 pengunjung, dan tablet sebanyak 2.569.095 pengunjung.

Adapun dari sisi umur pengakses ROL sangat ideal yaitu usia sangat produktif yaitu umur 25-34 tahun sebanyak 35,77% dan umur 18-24 tahun sebanyak 25.84%.

Dinamika perkembangan ROL dari tahun ke tahun dari periode ke periode banyak mengalami perubahan signifikan. Hal itu tidak terlepas dari pengelolaan manajemen redaksi yang baik. Hal ini ditandai banyaknya prestasi yang diraih, walaupun pada periode sebelumnya tidak terlalu mengalami perubahan yang besar. Namun estapeta perjuangan tersebut tidak ada jika proses itu tidak digulirkan.

Setiap kepala redaksi memiliki harapan yang baik bagi keberlangsungan dan perkembangan ROL kedepannya. ROL tampil hari ini adalah berkat tangan dan jerih payah para tim ROL sejak dulu.

Pada awal tampilnya ROL hadir dengan format sederhana, dikutip dari (ROL,ed-17/08/12) Pada kali pertama ROL hadir dengan teknologi yang masih sangat sederhana. Programnya menggunakan Perl, browsernya menggunakan Netscape, dan operating systemnya menggunakan Linux. Selain itu, berita yang ditayangkan hanyalah versi teks dari berita koran Republika. Apa yang dimuat di ROL persis sama dengan apa yang dimuat di koran.

Bahkan dari sisi SDM masih terbilang belum termanajemen karena saat itu Ahmadi Thaha bekerja sendiri. Maka hanya sedikit berita yang dimuat. Selain terkendala SDM, teknologi saat itu belum secanggih hari ini.

Slamet Riyanto pada wawancara (17/7/2018) Sehari cuman berapa biji kerjanya manual cuman tampilan *hideline* halaman aja. Itulah awalnya seperti itu. Tim Republika online pertama cuman sendiri terus kemudia gabung ada temen-temen IT ada tiga orang. Semuanya itu kerjanya campur aduk, segala kerjaan dikerjain. Sebulan sekali kita ke glodok nyari buku IT untuk dibaca, supaya lebih paham dunia IT, meskipun buku cetakan tua atau fotocopy-an yang penting bisa baca sesuatu.

Pada awal permulaan ROL hanya memili satu sampai 4 orang untuk keberlangsungan produksi berita di ROL. Seiring berjalannya waktu perbaikan SDM dan konten lebih baik. Saat ini tim redaksi Republika online berjumlah 28 orang termasuk empat Asisten Redaktur Republika online, redaktu dan tim buser. Tim buser merupakan reporter yang ditugaskan khusus untuk membantu ROL. (Didi Purwadi wawancara (17/07/2018).

Namun seiring berjalannya waktu SDM bergulir hadir lebih optimal sehingga penyajian konten bisa memuat semua tampilan koran, walaupun dalam kinerja setiap individu dilakukan bukan hanya satu pekerjaan.

Berjalan beberapa tahun Republika online hadir terus berinovasi sehingga melakukan beberapa kali perubahan wajah pada ROL. Sehingga berdampak pada peningkatan Pengunjung.

Dari sisi reporter dari awal sampai hari ini bergabung dengan cetak, pengelolaan reporter ini diatur di bidang *newsroom*. Perbedaannya di kepemimina Elba Damhuri ada redaktur buser. Redaktur buser ini adalah utusan reporter dari *newsroom* untuk membantu pemenuhan berita di ROL.

Pada perkembangan sisi manajemen SDM memiliki sistem *Corporate Performance Management* CPM Fungsi utama CPM ialah untuk memonitor semua fungsi organisasi dalam Repunlika online. Selain untuk memonitor, redaktur Republika online dengan mengacu kepada CPM mempunyai indikator (penilaian) untuk para reporter itu sendiri. Sedangkan untuk redaktur, Kepala Redaksi atau bagian operasional, terdapat beberapa orang (tim) lagi di atasnya untuk menilai kinerja mereka, begitu seterusnya. (Salmah, Febrianai. 2010:69)

Pencapaian ini adalah langkah republika untuk memiliki SDM yang berkualitas dan profesional. Kedisiplinan menjadi hal utama karena dalam media online kecepatan adalah terdepan.

Dari perjalanan panjang ini ROL menuai hasil di tandai daftar pengunjung di tahun 2016. Untuk profil pembaca Republika Online mayoritas lebih dari 84,37% di dominasi oleh pria, sedangkan sisanya 15,63% adalah wanita. Pada level tingkat pendidikan mayoritas pembaca Republika Online adalah yang telah menempuh tingkat sarjana atau S1 sebesar 66,33%, kemudian yang kedua adalah tingkat sekolah menengah atas/SMA sebesar 21,77% dan seterusnya. Sedangkan, pada level umur, mayoritas pembaca Republika Online didominasi pada umur 25-30 tahun sebesar 23,07%, kedua terbesar umur 35-40 sebesar 13,02% dan seterusnya. (Wardani:2016)

Dari jumlah di atas pada tahun 2018 tepat 23 tahun ROL tercatat daftar prestasi pengunjung meningkat. Pengunjung ROL meningkat 43,51% dibandingkan pengunjung di tahun 2016. Peningkatan pengunjung ROL diikuti juga dengan

peningkatan pembaca baru tahun 2017 meningkat hampir 23.90%. Seiring dengan peningkatannya pengunjung *page view* yang dibuka juga meningkat 32.90% . Untuk *session* terjadi peningkatan sekitar 58,10%, sehingga rata-rata *time out site* atau lama orang saat membuka ROL adalah 3 menit 31 detik. Pengunjung ROL yang mengakses melalui mobile sebanyak 77.512.041 pengunjung, melalui desktop sebanyak 17.297.454 pengunjung, dan tablet sebanyak 2.569.095 pengunjung. (ROL Anniversary diakses 01/09/18-11:44)

Fajar Junaedi (2014:13) menyebutkan dalam tatanan media yang demokratis, media massa dituntut dikelola dengan menggunakan prinsip manajemen media yang professional. 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, social dan politik tempat media tersebut berada.

Dari uraian di atas ROL membuktikan dengan pengelolaan manajemen yang professional dapat bertahan menjadi media yang berprinsip kuat, walau tantangan jaman berubah-ubah tapi prinsip Republika terus mengakar. ROL berjalan mengikuti perkembangan namun dari sisi SDM republika mampu menanamkan visi dan misi Republika sebagai jendela umat. Sehingga tidak keluar jalur dari sisi keislaman.