

MANAJEMEN REDAKSIONAL SURAT KABAR DI ERA DIGITAL (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA SURAT KABAR INILAH KORAN)

REDACTION MANAGEMENT AT INILAH KORAN NEWSPAPER IN THE DIGITAL AGE (DESCRIPTIVE QUALITATIVE STUDY AT INILAH KORAN NEWSPAPER)

Gracia Annalina Hutauruk¹, Nur Atnan²

^{1,2}Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

^{1,2}Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

¹gracia3001@yahoo.com, ²nuratnan@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Keberadaan media cetak, khususnya surat kabar, di masyarakat semakin meredup seiring dengan perkembangan zaman. Angka penggunaan internet untuk mencari berita sangat tinggi. Hal tersebut dikarenakan masyarakat dapat memenuhi kebutuhan informasi melalui kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi dan internet. Oleh sebab itu dibutuhkan manajemen redaksi yang baik untuk digunakan dalam memproduksi berita ppada surat kabar agar bisa tetap bertahan di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen redaksional yang dilakukan Inilah Koran terkait pencarian dan produksi berita di era digital.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pencarian berita yang dilakukan oleh Inilah Koran diawali dengan perencanaan berupa rapat proyeksi untuk berita terencana dan untuk berita yang terjadi dadakan akan diliput oleh para wartawan yang sedang berada di dekat lokasi kejadian atau oleh wartawan yang jobdesc-nya sesuai dengan kejadian tersebut. Pembuatan berita pada Inilah Koran melalui alur wartawan, kemudian ke redaktur, lalu dikirim ke bagian desain, kemudian dikirim ke redaktur pelaksana, jika sudah sesuai, softcopy akan dikirim ke percetakan oleh IT untuk siap naik cetak. Inilah Koran menjaga kualitas dan kredibilitas berita yang diterbitkan sebagai cara untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas para pembaca.

Kata kunci: Manajemen redaksional, surat kabar, Inilah Koran, deskriptif kualitatif

ABSTRACT

The existence of print media, especially newspapers, in society more dims along the times. Internet usage rate for searching news is very high. This is because the community can fill the information needs through the ease offered by advances in technology and the internet. Therefore it takes good editorial management to be used in producing news papers in order to remain in the digital era. This study aims to determine the editorial management that applied by Inilah Koran related to the search and production of news in the digital era.

The paradigm used in this research is constructivist paradigm. The research method used is qualitative research method with qualitative descriptive approach. The results showed that the process of news searches conducted by Inilah Koran began with planning in the form of projection meetings for planned news and for news that occur suddenly will be covered by journalists who are near the scene or by journalists who jobdesc him in accordance with the incident . The flow of the making news in Inilah Koran is comes from journalists, then to the editor, then sent to the design section, then sent to the managing editor, if it is appropriate, softcopy will be sent to the printing by IT to print. Inilah Koran keeping the quality and credibility of the news as a way to maintaining trust and loyalty the readers.

Keywords: Editorial management, newspaper, Inilah Koran, descriptive qualitative

1. Pendahuluan

Era digital bukanlah sebuah isu yang baru di masyarakat, namun perkembangannya semakin pesat seiring dengan perkembangan zaman. Hal ini dapat dilihat melalui hasil survey yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Pada November 2016, APJII merilis hasil survey mengenai Profil Pengguna Internet Indonesia pada tahun 2016. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa sekitar 132,7 juta dari 256,2 juta penduduk Indonesia menggunakan internet. Bila jumlah tersebut dibandingkan dengan hasil survey yang dilakukan APJII pada tahun 2014, terlihat adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia, karena berdasarkan hasil survey APJII pada tahun 2014 tersebut, tercatat sekitar 88,1 juta dari 252,4 juta penduduk Indonesia aktif sebagai pengguna internet. Kedua hasil survey tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan angka pengguna internet di Indonesia.

Era digital mampu membuat masyarakat meninggalkan beberapa teknologi konvensional, salah satunya surat kabar. Saat ini dapat dilihat bahwa sebagian besar masyarakat memenuhi kebutuhannya akan informasi melalui surat kabar digital atau portal berita. Efisiensi yang didapat dari penggunaan teknologi dan digital membuat sebagian besar masyarakat lebih mengandalkan teknologi modern daripada konvensional. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2016 tersebut, didapat bahwa alasan utama masyarakat mengakses internet adalah untuk melakukan update informasi. Sekitar 25,3 persen masyarakat mengakses berita menggunakan internet, yang mana dapat dikatakan bahwa sekitar 31,3 juta penduduk Indonesia mengakses media online untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Dilihat dari beberapa informasi yang dijelaskan di atas, sudah sepatutnya jika berbagai media cetak, khususnya surat kabar, yang masih berdiri hingga saat ini khawatir

dengan kelangsungan media mereka. Para eksekutif media tentunya harus sudah mengantisipasi hal-hal buruk yang kemungkinan menimpa media mereka, salah satunya adalah Inilah Koran, terlebih karena Inilah Koran masih memiliki usia yang sangat muda, yaitu lima tahun. Inilah Koran merupakan salah satu surat kabar di Jawa Barat yang berdiri pada tahun 2011, yang mana pada tahun tersebut teknologi sudah berkembang dengan cukup pesat, namun hingga saat ini keberadaannya masih beredar di masyarakat. Berdirinya surat kabar Inilah Koran menunjukkan anomali di tengah masyarakat, karena di tengah perkembangan teknologi, internet, dan media digital, perusahaan tersebut justru menerbitkan produk cetak berupa surat kabar dengan slogan Telinga, Mata, dan Hati Rakyat. Selain itu juga, Inilah Koran melawan prinsip mediamorfosis, yang mana PT. Inilah Media Jabar, sebagai induk Inilah Koran, sudah menaungi portal berita terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan untuk meresmikan produk surat kabar Inilah Koran.

Salah satu yang menjadi keunggulan pada surat kabar bila dibandingkan dengan berita pada media online adalah perusahaan surat kabar memiliki waktu lebih banyak untuk menyelidiki kasus yang akan diangkat menjadi berita. Hal ini disebabkan karena surat kabar tidak diburu oleh waktu dalam menerbitkan beritanya, berbeda dengan media online yang mengutamakan kecepatan dalam menerbitkan berita. Hal ini membuat perusahaan surat kabar dapat menampilkan berita yang lebih berkualitas dan lengkap bila dibandingkan dengan media online. Kualitas dan kelengkapan isi berita menjadi hal yang sangat dipertimbangkan oleh masyarakat sebelum mengonsumsi suatu surat kabar. Selain oleh waktu yang lebih lama, kualitas isi surat kabar juga dapat terjaga apabila manajemen dalam redaksinya tersusun rapi. Manajemen redaksional adalah manajemen yang mengatur segala aspek jurnalistik pada surat kabar. Pencarian berita dan produksi

berita merupakan hal yang diatur dalam manajemen redaksional (Junaedi:2014). Apabila manajemen redaksional pada perusahaan surat kabar tersusun baik, maka pencarian dan produksi berita pada surat kabar tersebut dapat dipastikan baik juga. Hal ini berpengaruh pada kualitas isi berita surat kabar tersebut. Kualitas isi berita pada surat kabar menjadi baik jika diproduksi dengan manajemen yang baik

Oleh sebab itu peneliti ingin meneliti dan mengetahui bentuk pencarian dan produksi berita yang diterapkan oleh redaksi Inilah Koran sehingga mampu menghasilkan berita yang berkualitas sehingga bisa bertahan di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

2. Landasan Teori

2.1. Media Cetak

Media cetak adalah media komunikasi tercetak atau tertulis untuk menjangkau publik eksternal, seperti pemegang saham, konsumen, pelanggan, mitra kerja, dan sebagainya. Contoh media cetak adalah surat kabar, majalah, tabloid, makalah perusahaan, bulletin brosur, dan lain-lain (Suryanto, 2015: 185).

Peneliti melakukan penelitian kepada salah satu jenis media cetak, yaitu surat kabar. Menurut Agee, surat kabar memiliki tiga fungsi utama dan fungsi sekunder (Elvinaro, Lukiati dan Siti, 2009: 104). Fungsi utama surat kabar adalah:

- 1) *To inform*; menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas negara, dan dunia.
- 2) *To comment*; mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita.
- 3) *To provide*; menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media.

Selain fungsinya, surat kabar juga memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan media-media lain. Menurut Karl Batwitzch (Hoeta Soehoet (2003) pada Nawiroh (2016:61), karakteristik surat kabar ada lima, yaitu:

- 1) Publisitas, yaitu penyebaran pada publik atau khalayak yang sifatnya umum.
- 2) Periodesitas, yaitu waktu penerbitannya teratur, tidak berubah dalam jarak waktu.
- 3) Universalitas, yaitu isinya beraneka ragam.
- 4) Aktualitas, yaitu isinya benar-benar aktual, belum pernah dimuat sebelumnya.
- 5) Kontinuitas, yaitu isinya berkesinambungan.

2.2. Manajemen Redaksional

Manajemen redaksional menurut Junaedi (2014:56), yaitu manajemen dalam media yang mengurus aspek jurnalistik. Adapun aspek jurnalistik yang dimaksud adalah:

1. Pencarian berita

Menurut Sumadiri (2008), berita diperoleh melalui dua cara, yaitu:

a. Berita diduga melalui *meeting*

Untuk berita yang sifatnya terduga, perlu direncanakan terlebih dahulu proses pencariannya agar dapat menghasilkan berita yang baik. Proses pencarian dan penciptaan berita dimulai di ruang redaksi melalui forum rapat proyeksi atau rapat perencanaan berita. Rapat biasanya diselenggarakan sore atau malam hari dengan dihadiri oleh redaktur. Dalam rapat proyeksi, setiap reporter atau wartawan mengajukan usulan liputan.

b. Berita tak diduga melalui hunting

Untuk berita yang sifatnya tiba-tiba atau tak terduga, wartawan harus bisa dan pandai berburu, oleh sebab itu wartawan dituntut memiliki kemampuan dasar. Wartawan harus memiliki kepekaan berita yang tajam (*sense of news*), daya pendengaran berita yang baik (*hear of news*), mengembangkan daya penciuman berita yang tajam (*noise of news*), mempunyai tatapan penglihatan berita yang jauh dan jelas (*news seeing*), piawai dalam melatih indra perasa berita (*news feeling*) dan

senantiasa diperkaya dengan berbagai pengalaman berita yang dipetik dan digali langsung dari lapangan (*news experiences*). Setelah itu, barulah wartawan dituntut untuk memiliki keterampilan prima dalam penulisan berita, terutama konsep penguasaan bahasa.

2. Produksi berita

Produksi berita pada surat kabar berkaitan dengan penulisan berita. Dalam Muhtadi (2016), dijelaskan bahwa penulisan berita media cetak, pada umumnya, dibuat dengan mengacu pada rumusan 5 W+1 H, artinya berita yang baik adalah berita yang mencakup semua jawaban atas pertanyaan *who, what, why, when, where, dan how*. Keenam pertanyaan tersebut selain menjadi guide bagi para penulis berita, juga merupakan aspek-aspek yang dapat membangkitkan ketertarikan pembacanya. *Lead* pada berita, umumnya akan berusaha menjawab satu atau beberapa dari keenam pertanyaan tersebut sesuai dengan fokus yang dikehendaki penulisnya.

Jawaban-jawaban atas keenam pertanyaan tersebut ditulis dalam susunan piramida terbalik. Fakta-fakta yang dianggap penting ditempatkan pada paragraf pertama atau *lead*, sedangkan fakta lainnya ditempatkan pada paragraf-paragraf berikutnya sesuai urutan tingkat kepentingan, mulai dari yang penting sampai kurang penting. Dengan teknik penulisan piramida terbalik, para pembaca tidak akan kehilangan informasi utama meskipun tidak membaca keseluruhan berita. Rumusan judul berita juga sebaiknya bisa menggambarkan isi keseluruhan berita.

Manajemen redaksional pada media cetak atau surat kabar biasanya dikelola oleh divisi atau bagian redaksi. Bagian redaksi biasanya mengemban tugas mulai dari mencari atau meliput berita, menuliskan berita, hingga mempublikasikan berita tersebut (Junaedi, 2014).

3. Pembahasan

3.1. Perumusan dan Pencarian Berita

Untuk tetap bertahan di era digital, salah satu hal yang dilakukan oleh Inilah

Koran adalah menjaga kualitas berita pada surat kabar Inilah Koran sehingga masyarakat tetap mengonsumsi surat kabar Inilah Koran untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Dalam menjaga kualitas berita pada surat kabar, perlu diterapkan suatu konsep manajemen redaksional, yang mana konsep ini membantu surat kabar untuk menjaga kualitas berita. Salah satu konsep manajemen redaksional adalah tentang mencari berita. Dalam konsep manajemen redaksional yang dipaparkan oleh Junaedi (2014), dijelaskan bahwa yang melakukan pencarian berita pada surat kabar adalah wartawan. Hal ini juga dilakukan oleh surat kabar Inilah Koran. Inilah Koran memiliki beberapa orang wartawan yang memiliki *jobdesc* masing-masing dalam mencari berita. Pada Inilah Koran, para wartawan bertanggung jawab untuk melakukan pencarian berita dan menulis berita, serta menyerahkannya kepada redaktur untuk dipilih.

Sebelum wartawan memulai pencarian berita, pada redaksi Inilah Koran diadakan rapat proyeksi atau rapat kecil para redaktur untuk *brainstorm* ide atau berita yang perlu diliput oleh wartawan. Rapat kecil tersebut biasanya diadakan sehari sebelum koran terbit. Pada rapat tersebut, para redaktur menulis daftar isu atau informasi yang bisa diliput oleh wartawan. Ide isu tersebut biasanya berasal dari saran para wartawan di lapangan atau merupakan suatu hal yang ramai diperbincangkan masyarakat. Oleh sebab itu para wartawan dan redaktur atau divisi redaksi dituntut untuk peka terhadap isu yang sedang ramai diperbincangkan masyarakat dan juga terhadap perkembangan kasus atau peristiwa di masyarakat. Hal yang dilakukan oleh Inilah Koran sesuai dengan konsep pencarian berita yang dipaparkan oleh Sumadiria (2008). Menurut Sumadiria, pencarian berita diduga sebaiknya direncanakan dulu dalam *meeting* proyeksi agar menghasilkan berita yang baik. Rapat proyeksi juga dihadiri para redaktur dan wartawan.

Setelah terkumpul daftar isu yang bisa diliput, daftar tersebut kemudian disebarkan kepada wartawan Inilah Koran untuk diliput sesuai *jobdesc* masing-masing. Selain berdasarkan hasil rapat, para wartawan juga dapat meliput peristiwa dadakan yang terjadi di masyarakat. Peristiwa yang terjadi secara dadakan biasanya diliput oleh wartawan yang *jobdesc*-nya terkait dengan peristiwa tersebut, namun jika berhalangan, maka wartawan yang sedang bertugas di dekat lokasi peristiwa tersebut bisa meliput dengan koordinasi kepada redaktur dan wartawan lainnya.

Pada Inilah Koran juga para wartawan yang terdaftar di Inilah Koran dibagi sesuai *jobdesc* masing-masing, seperti ada yang mencari berita di kejaksaan, pengadilan, dan kepolisian, biasanya wartawan di bidang ini meliput berita yang berkaitan dengan bidang kriminal. Selain itu juga ada yang ditugaskan pada bidang pemerintahan, ekonomi, dan hiburan. Hal ini dilakukan agar para wartawan terkoordinasi dalam melakukan pencarian berita. Kemudian dalam beberapa bulan, posisi para wartawan akan di-*rolling* untuk menghindari titik jenuh para wartawan dan menambah pengalaman para wartawan dalam mencari dan menulis berita.

Pada Inilah Koran, tidak ada standar baku terkait bentuk berita yang layak untuk diliput dan ditulis oleh para wartawan. Hanya terdapat beberapa acuan sesuai kesepakatan perusahaan, seperti berita yang wajib dipantau adalah berita korupsi dan berita yang tidak perlu untuk diliput ada berita kriminal yang berhubungan dengan pelecehan seksual. Hal ini didasari oleh kesepakatan perusahaan dan sebagai salah satu bentuk mewujudkan visi yaitu surat kabar harian berbasis jurnalisme positif.

3.2. Pembuatan Berita

Pada Inilah Koran, alur pembuatan berita adalah pertama melalui wartawan yang mencari dan menulis berbagai berita, kemudian wartawan memberikannya kepada redaktur untuk dipilih yang layak terbit dan

di-edit sebelum akhirnya diserahkan kepada bagian desain untuk didesain dan dimasukkan ke dalam layout. Setelah dimasukkan ke dalam layout dan didesain, hasil akhir dicetak untuk diperiksa terakhir kali oleh redaktur pelaksana. Jika sudah mendapat persetujuan dari redaktur pelaksana, kemudian hasil jadi akhir dikirim ke percetakan.

Alur produksi berita yang dilakukan oleh Inilah Koran sesuai dengan konsep yang dijelaskan oleh Junaedi dalam bukunya, yaitu berawal dari wartawan dan berakhir di redaktur pelaksana sebelum akhirnya dikirim ke percetakan oleh divisi IT.

Untuk menjaga minat masyarakat dalam membaca suatu surat kabar, surat kabar tersebut perlu menjaga kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap surat kabar tersebut, salah satunya dengan menyajikan berita yang berkualitas dan kredibilitas. Inilah Koran juga melakukan hal yang sama untuk tetap menjaga kepercayaan dan loyalitas pembacanya, yaitu dengan menyajikan berita yang memiliki kualitas dan kredibilitas. Menurut Muhtadi (2016), salah satu yang berkaitan dengan penulisan berita adalah berita tersebut harus dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan 5 W + 1 H. Hal ini yang selalu diusahakan oleh Inilah Koran dalam menyajikan berita. Inilah Koran berusaha sebisa mungkin menyajikan berita yang dapat mengacu kepada rumusan 5 W + 1 H.

Inilah Koran menunjukkan anomali di tengah masyarakat karena didirikan di tengah era digital dan berawal dari berdirinya portal berita inilahjabar.com terlebih dahulu. Lalu Inilah Koran mendirikan portal berita sendiri yaitu inilahkoran.com. Berdasarkan hasil wawancara dengan redaktur pelaksana Inilah Koran, isi berita yang terdapat pada Inilah Koran cetak dan online pada dasarnya sama, hanya saja untuk mengantisipasi agar pembaca Inilah Koran cetak tidak beralih ke inilahkoran.com, sebisa mungkin Inilah Koran megemas berita pada cetak dan online secara berbeda. Namun, dikarenakan keterbatasan

waktu dan SDM, Inilah Koran tidak selalu melakukan hal tersebut.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan, dapat dikatakan bahwa tidak terlihat adanya perbedaan isi berita antara yang diterbitkan di Inilah Koran cetak dengan inilahkoran.com. Pengemasan isi berita tidak berbeda. Perbedaan hanya terlihat pada judul saja.

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan. Pertama, proses pencarian berita yang dilakukan oleh Inilah Koran diawali dengan perencanaan. Perencanaan yang dilakukan berupa rapat proyeksi oleh para redaktur setiap sehari sebelum surat kabar Inilah Koran terbit. Dalam rapat proyeksi, para redaktur biasanya menulis daftar berita yang perlu diliput oleh para wartawan. Daftar berita tersebut datang dari saran wartawan yang banyak menghabiskan waktu di lapangan, atau bisa juga merupakan hal yang sedang ramai diperbincangkan masyarakat. Selain berita yang direncanakan, ada juga berita yang dadakan. Berita yang terjadi dadakan akan diliput oleh para wartawan yang sedang berada di dekat lokasi kejadian atau oleh wartawan yang jobdesc-nya sesuai dengan kejadian tersebut.

Pembuatan berita pada Inilah Koran melalui alur wartawan yaitu yang mencari dan menulis berita, kemudian ke redaktur untuk dipilih dan diedit, lalu dikirim ke bagian desain untuk dimasukkan ke *layout* dan didesain, kemudian dikirim ke redaktur pelaksana untuk diperiksa terakhir dan menentukan kelayakan berita, jika sudah sesuai, *softcopy* akan dikirim ke percetakan oleh IT untuk siap naik cetak. Inilah Koran menjaga kualitas dan kredibilitas berita yang diterbitkan sebagai bentuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pembaca. Salah satu bentuk penjagaan kualitas dan kredibilitas yang dilakukan oleh redaksi Inilah Koran adalah dengan mengusahakan untuk

menyajikan isi berita yang mengacu kepada rumusan 5 W + 1 H. Selain itu juga, kode etik jurnalistik dan kesalahan pengejaan sangat diperhatikan dalam menulis berita. Inilah Koran juga memproduksi berita yang berdasarkan fakta dengan objektif, dan juga menerapkan konsep *cover-both-story* dalam produksi berita, artinya berita tidak akan diterbitkan jika belum ada keterangan resmi dari pihak yang terlibat.

Daftar Pustaka:

- [1] Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Junaedi, Fajar. 2014. *Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta: Buku Litera.
- [3] Muhtadi, Asep Saeful. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [4] Nawiroh, Vera. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [5] Sumadiria, AS Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [6] Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [7] <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016> (diakses pada 1 Juni 2017).