



MANAJEMEN REDAKSI PADA MEDIA DARING INEWS.ID DALAM PEMBERITAAN PEMILU 2024

Zulfikar Ali Husen^{1*}, Aminah Swarnawati²

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Email: zulfikaralihusen@gmail.com

Article Info	Abstrak
Submitted: 07-04-2025 Final Revised: DD-MM-YYYY Accepted: DD-MM-YYYY Published: DD-MM-YYYY	<p>Di era digital Indonesia, media daring seperti iNews.id memainkan peran krusial dalam membentuk opini publik selama pemilu. Namun, manajemen redaksional liputan pemilu, khususnya untuk edukasi publik, masih kurang diteliti. Studi ini menganalisis perencanaan, pengorganisasian, dan evaluasi alur kerja redaksi iNews.id dalam meliput Pemilu 2024, dengan fokus pada dampaknya bagi edukasi publik. Menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara tidak terstruktur dengan informan kunci (e.g., Redaktur Pelaksana, wartawan) dan analisis dokumen. Triangulasi dan analisis tematik diterapkan. Penelitian mengungkap proses redaksional terstruktur, termasuk perencanaan setahun sebelum pemilu, mobilisasi wartawan lintas rubrik, dan pengawasan hierarkis. Sumber daya MNC Group dan komunikasi berbasis WhatsApp meningkatkan efisiensi, sementara jurnalisme "Cover Both Sides" mengurangi bias. Tantangan termasuk narasumber yang tidak kooperatif. Penelitian berkontribusi pada literatur manajemen media dengan menekankan praktik inovatif dalam peliputan pemilu dan pentingnya transparansi media milik konglomerat.</p> <p>Kata Kunci: manajemen pemberitaan, pemilu 2024, media daring, edukasi publik</p> <p>Abstract <i>In Indonesia's digital era, online media like iNews.id play a critical role in shaping public opinion during elections. However, the editorial management of election coverage, particularly for public education, remains underexplored. This study analyzes the planning, organization, and evaluation of iNews.id's editorial workflow in reporting the 2024 General Election, focusing on its impact on public education. Using a qualitative case study approach, data were collected via unstructured interviews with key informants (e.g., Redaktur Pelaksana, journalists) and document analysis. Triangulation and thematic analysis were applied. The study reveals a structured editorial process, including year-long pre-election planning, cross-rubric journalist mobilization, and hierarchical oversight. MNC Group's resources and WhatsApp-based communication enhanced efficiency, while "Cover Both Sides" journalism mitigated bias. Challenges included uncooperative sources. The research contributes to media management literature by highlighting innovative practices in election reporting and underscores the need for transparency in conglomerate-owned media.</i></p> <p>Keywords: News Management, General Election 2024, Online Media, Public Education</p>

PENDAHULUAN

Media daring memiliki persaingan ketat ditengah pemerataan pengguna gawai di dunia bahkan Indonesia (Verolyna, 2021). Kehadirannya tidak hanya menjadi sumber

informasi, terkadang juga membuat terpengaruhnya khalayak (Fahrhani, 2023). Namun, ditengah banyaknya masyarakat yang menggunakan gawai, tantangan terbarunya adalah kreasi dan inovasi dari media daring tersebut. Ada yang mengemas tampilan situs medianya dengan menarik, dari menambahkan perangkat didalamnya, agar pembaca lebih mudah mencari dan membaca berita yang sedang hangat diperbincangkan (Osika et al., 2018).

Perangkat situs jika semakin inovatif bisa menambah banyaknya pembaca, karena situs *Google* atau salah satu *Search Engine Optimization (SEO)* yang banyak digunakan akan menampilkan keunikan dan variasi pada artikel di halaman pertamanya. *SEO* adalah langkah untuk mempopulerkan situs secara gratis dengan memakai teknik-teknik khusus untuk mengoptimalkan performa situs di halaman hasil pencarian *search engine* populer (Sukri & Zulfikar, 2021). Perkembangan ini memudahkan pembaca, juga memberikan pengaruh terhadap tulisan yang kredibel untuk langsung bisa dibaca tanpa perlu menyaringnya terlebih dahulu.

Menurut Elsa (2024), *SEO* merupakan teknik penerapan untuk mendapatkan tempat yang menguntungkan di mesin pencari sehingga sesuai dengan kata kunci dalam keberadaan di halaman situs. Situs media yang memanfaatkan fungsi *SEO* bisa berada di halaman terdepan dan teratas dari *Google*, sehingga posisi tersebut sangat besar kemungkinan tingginya *traffic* kunjungan.

Persaingan pembaca mendorong strategi untuk bisa lebih banyak pengunjung (Tahabu et al., 2023). Media yang memiliki strategi ideal *SEO* tetap akan kalah dengan konglomerasi media (Prahendratno et al., 2023; Santo Dewatmoko et al., 2024). Segala instrument yang dimiliki dan pendanaan yang kuat maka tak heran media grup yang besar terus memimpin. Konglomerasi ini merupakan satu kesatuan yang sangat besar kekuatannya, sehingga bisa mengatur harga transaksi antar perusahaan (untuk menghindari pajak), mudah mengalahkan pesaingnya, bisa mengadakan subsidi silang sehingga harganya selalu bisa bersaing, bisa mengatur harga transaksi antar perusahaan (untuk menghindari pajak), dan mempunyai bargaining power (Cahyana, 2022).

Konglomerasi media yang besar di Indonesia yaitu MNC grup dengan 4 bidang bisnis dari media, keuangan, perhotelan hingga pelayanan elektronik. MNC Group menyediakan 6 portal berita dan informasi yang terbaru, yaitu pada Okezone.com, iNews.id, Sindonews.com, Celebrities.id, Sportstar.id, Fixed Broadband Pay TV, Serta OTT (Andani et al., 2024). Pada media daring iNews.id yang memiliki wartawan nasional hingga daerah membuatnya mudah mengorganisir pemberitaan Pemilu 2024. Namun menjadi pertanyaan besar pola pengelolaan dari meja redaksi sampai akhirnya menjadi sebuah berita (Rannu & Kunni, 2019). Pemberitaan Pemilu tahun 2024 harus bisa memberikan edukasi di masyarakat sampai ke pelosok negeri, sehingga iNews.id merupakan media daring yang bisa menjangkau itu.

Seperti diketahui, manajemen berarti mengatur. Mengatur dalam hal ini akan muncul masalah, proses dan pertanyaan mengenai upaya apa yang diatur, mengapa harus diatur, siapa saja yang mengatur dan apa tujuan pengaturan itu. Menganalisa, menetapkan tujuan atau sasaran kemudian mendeterminasikan tugas-tugas dan kewajiban secara baik, efektif dan efisien juga bagian dari manajemen (Nadin & Ikhtiono, 2019).

Akhirnya bisa dilihat juga definisi manajemen media massa adalah pengelolaan atau proses merencanakan, mengorganisir dan mengarahkan suatu perusahaan media dalam menyajikan informasi atau berita kepada khalayak (Nadin & Ikhtiono, 2019). Dalam hal ini media daring iNews.id memberitakan Pemilu 2024 dan mengejar target pembacanya seperti apa strategi dan implementasinya.

Penelitian ini membahas perencanaan dan pengorganisasian redaksi pada media daring iNews.id dalam pemberitaan Pemilu 2024, dengan rumusan masalah mengenai bagaimana proses tersebut dilakukan. Tujuan penelitian meliputi tiga aspek: (1) perencanaan redaksi iNews.id dalam pemberitaan Pemilu 2024, (2) alur kerja redaksionalnya, serta (3) faktor pendukung dan penghambat dalam proses tersebut. Signifikansi akademis penelitian ini adalah sebagai referensi untuk pendekatan kualitatif dalam kajian manajemen komunikasi dan media, khususnya manajemen redaksional, mengacu pada dinamika pasar media menurut Albarran (2006). Sementara itu, signifikansi praktisnya adalah memberikan pemahaman bagi pelaku media dan masyarakat tentang pentingnya pengelolaan redaksional yang efektif serta upaya meminimalisasi bias dalam pemberitaan, meskipun subjektivitas seringkali tidak terhindarkan.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan secara khusus mengkaji manajemen terintegrasi alur kerja redaksi iNews.id dalam meliput Pemilu 2024, berfokus pada edukasi publik. Berbeda dengan studi sebelumnya yang membahas manajemen media secara umum atau strategi SEO (Nadin & Ikhtiono, 2019; Sukri & Zulfikar, 2021), penelitian ini menyoroti struktur hierarkis unik (e.g., Redaktur Pelaksana, Koordinator Liputan) dan saluran komunikasi ganda (formal-nonformal via WhatsApp) yang memperlancar peliputan pemilu. Studi ini juga mengungkap dukungan institusional MNC Group dan metode evaluasi *real-time* (harian, mingguan, bulanan) sebagai faktor pembeda yang memastikan pemberitaan berimbang meski ada bias politik (Morissan et al., 2019). Selain itu, penelitian menekankan jurnalisme "*Cover Both Sides*" sebagai strategi mengurangi polarisasi, pendekatan yang jarang dieksplorasi dalam studi sebelumnya tentang konglomerasi media (Kustiawan et al., 2022; Ula, 2015).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT Sun Televisi Network (iNews.id), berlokasi di iNews Center Lantai 7, Jl. K.H. Wahid Hasyim No. 28, Kebon Sirih, Menteng, Jakarta Pusat, dengan fokus pada pemberitaan Pemilu 2024 dalam konteks edukasi publik. Penelitian berlangsung dari Maret hingga Juli 2024, dengan penyesuaian jadwal sesuai ketersediaan informan kunci. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, yang menekankan penilaian subjektif terhadap sikap, pendapat, dan perilaku melalui wawancara mendalam, kelompok fokus, dan teknik proyektif (Kusumastuti & Khoiron, 2019). Metode ini dipilih karena lebih berfokus pada proses dan interaksi alami dalam redaksi daripada sekadar hasil (Romlah, 2021). Data yang dikumpulkan berupa narasi, kata, atau kalimat untuk mendeskripsikan manajemen redaksional iNews.id dalam pemberitaan Pemilu 2024, khususnya dalam edukasi publik.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan keadaan subjek penelitian secara mendalam (Mukhtar & Pd, 2013). Teknik pengumpulan data meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan Anton Suhartono (Redaktur Pelaksana iNews.id) dan Komaruddin Bagja (Wartawan), sementara data sekunder bersumber dari artikel, berita online, dan literatur terkait pemberitaan Pemilu 2024 di iNews.id. Tujuannya adalah menganalisis alur kerja redaksi, faktor pendukung, dan penghambat dalam pemberitaan Pemilu, sekaligus memberikan pemahaman tentang pentingnya manajemen media yang efektif dan minim bias.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Media Daring iNews.id

Media daring iNews.id merupakan news portal berjaringan yang terdiri atas portal berita nasional dan portal daerah, bagian dari MNC Group. Selain media daring, iNews juga mempunyai portal berita yang berbasis televisi dengan nama iNews TV. Mengusung visi menjadi portal berita nasional dan regional yang inspiratif dan informatif serta memiliki misi menyajikan berita dan fitur *online* yang enak dibaca, mendalam, akurat, atraktif (*multimedia base*), juga menginspirasi siapa saja, di mana saja, kapan saja.

Portal berita iNews.id sendiri menyajikan konten beragam mencakup berita nasional (politik, hukum, megapolitan dan peristiwa), internasional, ekonomi, olah raga, *lifestyle*, otomotif, teknologi, dan travel. Ragam konten yang disajikan tersebut diperkaya dengan berita-berita daerah dari seluruh Indonesia yang bersinergi dengan stasiun televisi iNews.

Berbagai konten yang ada di iNews.id juga selaras dengan pemberitaan semua media di MNC Group, antara lain RCTI, MNC TV, GTV, MNC Channel, Koran Sindo, Okezone.com, Sindonews.com, dan MNC Trijaya FM.

Manajemen Pemberitaan Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 pada Media Daring iNews.id dalam Edukasi Publik

Penelitian telah dilakukan dengan proses wawancara dengan narasumber dan dokumentasi pada pelaksanaan manajemen pemberitaan Pemilu 2024 di media daring iNews.id dalam edukasi publik.

Setiap lembaga atau perusahaan apapun, khususnya media daring memakai manajemen pada proses melaksanakan langkah dan kerja kegiatan setiap divisi atau karyawan, dalam hal ini setiap orang memiliki tugas dan tanggung jawab kepada atasan maupun bawahan sehingga tujuan dari suatu organisasi tercapai. Jika dalam fungsi tersebut tidak berjalan bahkan dalam suatu organisasi tidak melaksanakan praktek kerja manajemen maka lembaga atau perusahaan tersebut bisa dipastikan tidak berjalan sesuai tujuan yang diinginkan.

Pada penelitian media dari iNews.id ini jabatan yang bertanggung jawab ada di Pimpinan Redaksi. Posisi tertinggi sebelum pada tingkatan grup MNC, Pimpinan Redaksi dalam pengelolaan pemberitaan selama agenda penting menjadi pengambil keputusan. Namun dalam proses penelitian, Pimpinan Redaksi memberikan rekomendasi kepada Redaktur Pelaksana selaku penanggungjawab pemberitaan Pemilu 2024. Redaktur Pelaksana bertanggung jawab dalam manajemen pelaksanaan empat fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan memberikan pengaruh dan pengawasan. Kemudian, pakar media daring menguatkan strategi optimasi mesin pencarian sehingga langkah yang diambil merupakan kebijakan dan keputusan yang tepat dalam media daring.

Perencanaan

a. Pemberitaan Pemilu 2024

Perencanaan pemberitaan Pemilu 2024 di media daring iNews.id dalam edukasi publik menjadi langkah penting untuk dilakukan agar mencapai kesuksesan. Media daring iNews.id memiliki wartawan nasional hingga daerah sehingga menunjang dalam pemberitaan Pemilu 2024. Wawancara dilakukan dengan Redaktur Pelaksana iNews.id yaitu Bapak Anton Suhartono pada tanggal 10 Juni 2024, dan wartawan iNews.id yaitu Bapak Komaruddin Bagja pada tanggal 12 Juni 2024.

Perencanaan yang diterapkan iNews.id mengenai pemberitaan Pemilu 2024 merupakan tahapan awal dari sebuah langkah media dalam mengambil sudut pandang dan tujuan berita. Media daring iNews.id sendiri sudah melakukan perencanaan dengan melakukan rapat redaksi dari satu tahun sebelum pemilu karena pemberitaan pemilu ini rangkaianannya panjang dari bakal calon peserta pemilu hingga kebijakan.

“Pemilu sebenarnya sudah dalam setahun yang lalu bahkan sejak beberapa bulan sebelum pemilu, nah sebelum pemilu udah rapat gitu untuk menentukan, karena kan pemilu itu prosesnya panjang, dari mulai kick off istilahnya seperti itu sampai pencoblosan itu kan panjang sekali, hampir setahun kalau enggak salah gitu proses itu dari KPU itu udah kita mulai ...” (Redaktur Pelaksana).

Rapat redaksi yang dilakukan untuk sebuah perencanaan matang menjadi penting karena bagian dari proses pengambilan tujuan dan capaian target. Hal ini dilakukan satu tahun sebelumnya karena pemilu memiliki sorotan besar terhadap proses demokrasi Indonesia dan terhadap edukasi publik. Dinamika yang terjadi juga memiliki nilai bagi masyarakat yang ingin mengetahui apa yang terjadi dan itu menjadi informasi yang publik harus diketahui.

Penyusunan pemberitaan pemilu dilakukan oleh para wartawan ketika mengetahui informasi yang sudah selesai disepakati di rapat redaksi. Media daring iNews.id memiliki wartawan dari nasional sampai daerah, sehingga selesai rapat redaksi informasi ini langsung disampaikan kepada para wartawan dilapangan.

“...setiap pemilu itu jelas sebenarnya kita udah punya semacam pola, pola peliputannya, kira kira apa aja akan marak, walaupun memang pemilu yang kemarin itu kan banyak sekali dinamikanya banyak sekali, banyak sekali dramanya kan sesuatu yang sejak awal memang kita enggak kita duga kan” (Redaktur Pelaksana).

Selama proses pemberitaan Pemilu 2024 banyak sekali drama yang terjadi sehingga kejadiannya bombastis. Namun, iNews.id sudah memiliki pola pemberitaan dari tahun ke tahun hal yang mesti diangkat dan dimana saja yang perlu difokuskan. Drama yang terjadi membuat masyarakat perlu mengetahui informasi tersebut, sehingga iNews.id terus mengejar kejadian setiap Pemilu 2024 tidak terlewat.

“...satu hal yang paling menarik di pemilu kemarin itu kan adalah putusan apa namanya MKM itu, yang akhirnya meloloskan Kaesang menjadi cawapresnya Prabowo, dan itu sangat sangat apa ya mengherankan kita semua kan, dan dikaitkan juga dengan Anwar Usman itu kan yang mengeluarkan putusan itu, dan Anwar Usman juga keluarganya Jokowi, jadi memang itu ya satu sisi menarik dari pemilu kemarin yang tentu saja enggak kita lewatkan pasti kita garap semuanya, dan hal hal yang seperti itu berjalan mengalir sih sebenarnya pasti kan kita liput...” (Redaktur Pelaksana).

Pola yang sudah diterapkan dari tahun ke tahun dan persiapan jauh sebelum hajatan rakyat Indonesia membuat iNews.id tidak melewatkan sedikit pun informasi. Kejadian yang menghebohkan tak luput dari kejaran redaksi dan wartawan iNews.id. Seperti diketahui MNC grup ini memiliki kecenderungan dengan salah satu pasangan calon (paslon), akan tetapi tidak memberitakan keberpihakkannya, namun porsi pemberitaan paslon tertentu yang lebih banyak.

“Kalau buat Pemilu biasanya temen-temen di lapangan itu udah paham sih apa yang harus diambil, biasanya kalo ada titipan dari redaksi paling jangan sampai kebobolan atau keduluan media lain, jadi kalo ditanya ya ngalir aja sebenarnya, walaupun MNC itu kita tau ke siapa tapi paling akhirnya posri pemberitaannya aja sih...” (Wartawan).

Pada proses pemberitaan Pemilu 2024 ini sebenarnya tujuan dari iNews.id adalah menjadi edukasi di masyarakat, karena dari banyak drama yang terjadi, masyarakat harus

mengetahui bahwa sebenarnya kejadian ini hanya intrik politik. Media daring iNews.id hadir untuk edukasi publik dengan cara *Cover Both Side* sehingga kedua narasumber yang bersebrangan bisa mengutarakan dan memberikan pesan kepada masyarakat.

“...paling inti yang paling dasar *Cover Both Side*, jadi benar benar tidak boleh menjustifikasi, benar benar berimbang dan sebagainya, itu sebenarnya bagian dari edukasi juga ketika misalnya masyarakat melihat ada drama ini, kita coba menyajikan dari berbagai sudut, ini ada apa sih sebenarnya gitu kan, karena apa namanya masyarakat pastinya akan berspekulasi kan berasumsi macam macam...” (Redaktur Pelaksana).

Edukasi ini diterapkan ketika kasus Mahkamah Konstitusi yakni Anwar Usman terlibat dalam pelanggaran dan drama politik lainnya. Media daring iNews.id berusaha memberitakan proporsional sehingga masyarakat bisa mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Hal tersebut menjadi fungsi dari media sebagai pilar demokrasi.

“...karena efeknya di sini ada indikasi bahwa apa namanya unsur nepotismenya dibalik itu dibalik keputusan itu, walaupun akhirnya *sorry*, majelis kehormatan memutuskan bahwa anwar usman akhirnya walaupun enggak dikeluarkan tapi dia diberhentikan sebagai ketua MK kan, itu saya rasa walaupun kita enggak punya wewenang untuk mengubah desain itu, tapi paling tidak masyarakat kan jadi tahu masyarakat itu menjadi mendapatkan informasi yang proporsional tentang apa yang sebenarnya terjadi di sana...” (Redaktur Pelaksana).

Dinamika yang terjadi saat Pemilu 2024 menjadi bahan yang mesti diberitakan, pemberitaannya pun harus lugas dan terpercaya agar menjaga kredibilitas di masyarakat. Hal tersebut merupakan tanggung jawab iNews.id kepada masyarakat yang akan menilai dan Dewan Pers selaku pengawas.

b. Menentukan Sasaran

Selanjutnya merupakan menentukan sasaran dimana faktor penting dalam target perencanaan pemberitaan Pemilu 2024. Media daring memiliki target pembacanya sendiri agar bisa menganalisa pasar dan khalayak. Perusahaan media yang mampu merencanakan sasarannya, maka bisa memudahkan media tersebut dalam mencapai hasil yang ingin dicapai. Portal berita iNews.id memiliki spesifikasi pada pembacanya yang tergolong muda, karena pemberitaan Pemilu 2024 ini pemilih pemula banyak sekali dan menjadi sasaran target.

“Kalau dari inews.id itu kebanyakan kalangan muda, setahu saya paling dominan itu berusia justru dari delapan belas sampai tiga puluhan tahun ini, yang banyak baca, jadi itu generasi generasi yang mereka butuh banyak input informasi pemilu itu apa bedanya, yang kedua itu justru dari usia lima puluh atas, tapi yang paling besar itu justru anak anak muda ini, yang saya kira butuh *guidance*, butuh *guidance* dalam arti mereka kan mungkin ada yang baru pertama kali, pertama kali memilih, jadi penting sekali buat mereka untuk mengenali siapa sih tiga kandidat itu, walaupun kita enggak tahu mereka punya preferensi apa tapi yang jelas kita bantu mereka untuk mengetahui bagaimana setiap kandidat itu” (Redaktur Pelaksana).

Pemilih pemula mendominasi pada Pemilu 2024 ternyata memiliki keingintahuan tinggi dalam mengonsumsi informasi. Peristiwa ini dimanfaatkan oleh media daring iNews.id yang memang memiliki target tersebut dan ternyata pada kenyataannya memang banyak pembaca dengan usia pemilih pemula. Para kalangan muda ini memang butuh bimbingan untuk memilih kandidat paslon sehingga mereka membanjiri pencarian informasi.

2. Pengorganisasian

Proses perencanaan selesai maka dilanjutkan pada langkah pengorganisasian, dalam tahap ini Morissan menuturkan hal tersebut terbagi menjadi dua aspek utama yakni departemenisasi dan pembagian kerja.

a. Departemenisasi iNews.id

Departemenisasi pada portal berita iNews.id dalam pengelompokkan kegiatan kerja agar dapat melakukan kegiatan yang sudah direncanakan sesuai dengan tugasnya masing-masing. Departemenisasi iNews.id ini memiliki keunikan tersendiri karena satu grup dengan MNC dan prakteknya ada yang harus berkordinasi agar terintegrasi. Sistem kerja ini sebenarnya menguntungkan dan mempercepat informasi yang harus sampai kepada masyarakat. Departemenisasi ini terdiri dari Pimpinan Redaksi, Wakil Pimpinan Redaksi, Redaktur Pelaksana, Editor, Kordinator Liputan, dan Wartawan.

“...itu ada Pimpinan Redaksi, Wakil Pimpinan Redaksi ada dua, dari dua yang satu untuk redaksi internal, satu lagi untuk *network* yang tadi saya bilang jadi dia mengurus seratus lebih *network*, kemudian dibawahnya ada redaktur pelaksana kayak saya, misalnya di sini ada empat redaktur pelaksana ada saya di news ya nasional internasional megapolitan, terus ada redaktur pelaksana *lifestyle*, ada redaktur pelaksana oh *sorry*, lima berarti iya redaktur pelaksana *sport*, kemudian ada yang dua redaktur pelaksana regional, regional ini sebenarnya sama *network* dia sama, cuma pengelolaan ada yang beda, kemudian redaksi yang ini membawahi seratus lebih *network*, dibawahnya juga ada editor dan kordinator liputan, kemudian dibawahnya ada wartawan...” (Redaktur Pelaksana)

Struktur ini merupakan inti dalam proses pengambilan keputusan pemberitaan dalam media daring iNews.id. Instruksi dari Pimpinan Redaksi turun ke bawah sampai Wartawan. Tugas yang dikerjakan wartawan biasanya hasil instruksi dari Kordinator Liputan atau ada agenda yang sudah dibagikan duluan.

b. Pembagian Kerja atau Tugas

Pembagian kerja atau tugas pada portal berita iNews.id dalam edukasi publik dilakukan sesuai dengan *jobdesk* yang sudah ditetapkan di iNews.id. Karyawan melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan tanggung jawabnya pada setiap bidang yang mereka duduki.

“Pimpinan redaksi itu bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja, wakil pimpinan redaksi itu back up pimpinan redaksi, redaktur pelaksana ini mengatur agenda yang apa namanya mengolah berita yang dari gathering atau dia bisa membuat berita sendiri selama itu bisa dilakukan redaksi dari dalam kantor, kemudian nanti mereka yang tulis mempublikasikan beritanya baru di bawah redaktur ada wartawan, wartawan ini mencari dan menulis berita, kalau kita mau mengorder mereka nanti kita harus menghubungi kordinator liputan tolong dong misalnya kirim reporter ke acaranya ini misalnya, kordinator liputan ini mengatur agenda wartawan, membagi wilayah kerja wartawan, kemudian editor itu mengevaluasi tulisan dan konten foto atau video agar bisa dipertanggung jawabkan...” (Redaktur Pelaksana)

Pemimpin redaksi masih menjadi penanggungjawab sepenuhnya di iNews.id yang notabene menjadi MNC grup. Hal tersebut diutarakan oleh redaktur pelaksana yang menyebutkan pemimpin redaksi bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja iNews.id. Kordinasi yang menjadi unik ialah pada wartawan, yakni wartawan untuk area penting dibawah Kordinator Liputan agar berkordinasi dan bertukar informasi kepada perusahaan media grup MNC. Hal ini memudahkan dan menguntungkan perusahaan media besar seperti MNC grup.

3. Pengarahan dan Memberikan Pengaruh

a. Motivasi

Motivasi menjadi dorongan untuk meningkatkan produktivitas pekerjaan. Langkah melakukan motivasi ini dalam perusahaan memiliki berbagai macam cara, khususnya pada media daring yang wartawannya berada dilapangan motivasinya berupa bonus atau tugas keluar. Walaupun hal tersebut masih harus bekerja, namun langkah ini membuat produktivitas wartawan menjadi tinggi.

“Sebenarnya, saya yakin mereka menjadi reporter melakukan kegiatan jurnalisme itu adalah passion mereka gitu, jadi saya kira kalau orangnya enggak passion pasti akan mental dengan sendirinya sejak awal udah keluar, jurnalistik itu kerjanya enggak kenal waktu, karena peristiwa kan bisa terjadi kapan aja saat kita istirahat dan sebagainya, walaupun ada pengaturan sdm, tapi saya kira mereka udah paham risiko, ini kan udah sadar banget setiap saat untuk standby, mereka itu sudah paham dan ada karena bagian dari *passion*. Kalau di kita biasanya ada bonus sama tugas keluar daerah”(Redaktur Pelaksana)

Upaya motivasi yang diberikan seperti bonus, tugas keluar daerah dan apresiasi-apresiasi yang biasa dilakukan seperti saat wartawan berhasil menembus pembaca puluhan atau ratusan ribu, hal tersebut dilakukan dengan ucapan di grup *whatsapp*. Motivasi yang dipakai pimpinan portal berita iNews.id terbilang sederhana berupa apresiasi berupa ucapan dan contoh yang membuat karyawan merasa hadir dan bukan hanya sebagai pekerja. Tugas peliputan keluar daerah merupakan apresiasi yang tinggi karena bukan hanya motivasi tapi juga bisa liburan, karena pemberitaannya biasanya tidak cenderung krusial.

“nah kalau bonus itu kebijakan *corporate*, inews.id sendiri ada memberikan kepada mereka-mereka yang berhasil melampaui target-target yang telah diberikan, tapi kembali lagi untuk tim *gathering*-nya kalau tadi kaitannya sama reporter, itu kembali lagi ke tim *gathering*-nya saya tidak begitu paham detailnya. Selain itu juga misalnya mereka dikasih reward misalnya peliputan keluar negeri gitu, meskipun seperti kemarin ada yang ke jerman, terus berangkat ke jepang ada undangan, mereka jadi bisa sambil refreshing, kemudian ada yang naik haji juga sekarang ini, itu kan bagian dari juga *reward*”(Redaktur Pelaksana).

Pimpinan media daring iNews.id mengetahui bahwa wartawan akan selalu dilapangan dan hadiah terbaiknya memberikan tugas keluar yang bukan mengumpulkan karyawan berupa *gathering*. Cara yang dilakukan ini merupakan langkah ideal yang perlu diterapkan kepada yang lain.

b. Komunikasi

Selanjutnya faktor yang amat penting untuk melakukan fungsi manajemen secara efektif, yaitu komunikasi. Faktor ini adalah cara yang dilakukan pimpinan agar karyawan mengetahui atau menyadari tujuan dan rencana peliputan agar mereka dapat berperan secara penuh untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

“Biasanya saya melakukan *daily* rutinitas berupa menyapa dan *me-report* apa yang sedang viral dari berbagai rubrik, kemudian ada laporan mingguan untuk melihat kinerja dan artikel apa yang bisa dikembangkan, lalu ada bulanan untuk mengetahui bulan depan akan ada berita apa dan hal apa yang mesti dikembangkan”(Redaktur Pelaksana).

Komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan dan karyawan media daring iNews.id terhubung dengan formal dan informal, hal ini dikarenakan banyaknya karyawan yang berada dilapangan sehingga memungkinkan untuk melakukan langkah tersebut. Para

karyawan iNews.id juga mempunyai grup *whatsapp* sehingga bisa membuat diskusi suatu hal yang serius tetapi dengan suasana santai, jadi lebih tidak menegangkan dan lancar.

c. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk bisa memengaruhi orang lain agar bekerja mencapai tujuan capaian. Kenyataannya jauh dari itu para pemimpin bisa mempengaruhi moral dan kepuasan kerja dan tingkat prestasi karyawan.

“...kita analisis dulu kenapa mereka, timnya akan menganalisis kenapa, kalau memang udah berulang-ulang saya kira kita enggak enggak perlu mereka lagi, mendingan ada orang baru yang mungkin bisa lebih dari mereka, tapi gini karena enggak bisa sembarangan juga ngeluarin orang gitu ya kan selain ada undang undang pers ada juga undang-undang tenaga kerja ya kita lihat dulu apa masalahnya” (Redaktur Pelaksana).

Senada dengan hal tersebut, Bapak Komaruddin Bagja selaku Wartawan di iNews.id memberikan keterangan berupa pimpinan akan melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap wartawan yang melakukan kesalahan. Mejadikan pelajaran bukan berarti langsung dikenakan surat peringatan akan tetapi dengan teguran.

“...pimpinan biasanya memberikan edukasi dahulu sebelum benar-benar menegur, jadi tidak langsung mengeluarkan SP, jadi edukasi terus peringatan mungkin baru SP” (Wartawan)

Pengarahan dan memberikan pengaruh pimpinan iNews.id lebih secara informal, dengan cara itu terlihat bagaimana seorang pimpinan iNews.id melakukan pendekatan dengan rasa kekeluargaan sehingga harapan pimpinan dengan memberikan arahan dan memengaruhi secara kekeluargaan tersebut akan menimbulkan rasa tanggung jawab lebih dan solidaritas yang kuat.

d. Pelatihan

Perusahaan memiliki karyawan berpengalaman merupakan nilai tambah namun dalam hal ini melatih atau mendidik karyawan dengan budaya dan cara kerja untuk mencapai visi yang sama merupakan tantangan. Hal ini menjadi tanggung jawab perusahaan berupa memberikan pelatihan yang kompeten. Media daring iNews.id memberikan pelatihan yang guna menunjang edukasi publik dan juga tantangan era saat ini.

“Tulisan kita itu semua harus orientasinya SEO, udah jadi darah atau istilahnya udah doktrin sampai ke level reporter apalagi merekakan penulis, kemudian bagian editor, kemudian apakah kita ada pelatihan itu? pasti ada, karena tadi saya bilang itu tuntutan, dan bahkan SEO itu kan dinamis kita bernegosiasi dengan algoritmanya google, google suatu saat berubah ada pakem pakem yang berubah, dan kita ada tim SEO juga di sini, tim SEO itu setiap saat ketika ada peristiwa peristiwa besar bahkan setiap hari juga selalu menyuplai keyword SEO” (Redaktur Pelaksana)

Portal berita iNews.id memberitakan sesuai kaidah dan isu yang sedang ramai diberitakan sehingga masyarakat tidak melewatkan berita tersebut. Dalam pelatihan ini iNews.id memberikan untuk perkembangan *platform* digital sehingga memahami *Search Engine Optimise (SEO)*. Pelatihan ini ditujukan untuk misi mengedukasi masyarakat berupa informasi yang masih dicari tahu publik.

4. Pengawasan

Pengawasan yang diterapkan media daring iNews.id pada pemberitaan Pemilu 2024 dalam edukasi publik secara evaluasi menggunakan metode evaluasi. Cara ini

digunakan untuk meninjau dan menilai kembali pekerjaan yang telah dilakukan. Pernyataan yang disampaikan Redaktur Pelaksana pada proses evaluasi ini biasanya dilakukan ada yang bersifat rutinitas harian, mingguan dan bulanan.

“Biasanya kita kalo ada hal tertentu bisa sih kita ngasih masukan, misalnya ini si kayaknya gini ini gitu harus diperbaiki tulisannya, terutama untuk reporter yang baru baru ya kurang misalnya gitu ya itu pasti kita sampaikan juga, tapi gini biasanya korlip itu udah berpengalaman jadi udah tahu ya, udah bisa ngebaca kalo ada tulisannya kurang, jadi banyak diperbaiki biasanya ditarik lagi, di training lagi. Setiap hari ada evaluasi tulisan dari editor, dan setiap minggu kita ada meeting, kita beri data semuanya, berapa terakhir kita, kita analisis kenapa kok misalnya turun ini, kenapa kalau naik gitu ya, itu kan pasti something, misalnya turunnya juga di mana gitu...” (Redaktur Pelaksana)

Evaluasi yang dikerjakan oleh iNews.id berupa pengawasan harian, mingguan dan bulanan secara menyeluruh. Sehingga mekanisme kerja berjalan sesuai dengan tujuan dalam mengedukasi publik. Pola ini juga tidak memberikan celah pada setiap kesalahan sehingga pada hari itu bisa langsung dibenahi.

“Evaluasi pemberitaan biasanya secara umum ada yang harian dan juga Mingguan pada rapat redaksi. Nantinya pimred akan memimpin rapat dan dibahas bersama tim terkait dan redaksi. Kemudian, evaluasi wartawan jika ada kekeliruan dalam pembuatan berita pimred/korlip bisa langsung menegurnya.” (Wartawan iNews.id)

Artikel yang telah dikirim akan dievaluasi oleh editor dan kordinator liputan (korlip) sehingga bisa langsung diperbaiki. Hal ini memperlihatkan iNews.id dalam profesionalitas dan kredibilitas pemberitaan Pemilu 2024 dalam mengedukasi masyarakat. Pada evaluasi mingguan juga menunjukkan secara serius iNews.id dalam mencapai tujuan perusahaan.

Sedangkan, melihat evaluasi yang dilakukan iNews.id setiap bulan ini untuk melihat kinerja bulanan dan menaikkan *progress* capaian perusahaan. Evaluasi bulanan ini mencakup artikel, isu, pembaca dan lain-lain. Sehingga pembahasan evaluasi bulanan lebih kompresensif dan detail.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Manajemen pemberitaan Pemilu 2024 pada media daring iNews.id dalam edukasi publik juga ditemukan faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung tersebut berupa sumber daya manusia (SDM) dalam menunjang manajemen pemberitaan di portal berita iNews.id yang mendukung pelaksanaan tugas kerja. Faktor penghambat yang terjadi berupa kesalahan narasumber, dimana isu pemberitaan yang sedang ramai namun narasumber tidak memberikan kejelasan atau tidak berkomentar.

“faktor pendukungnya udah pasti SDM, jadi para wartawan, editor semua saling terkait pada media daring atau portal berita ini sehingga menunjang faktor keberhasilan atau pendukung tadi, untuk faktor hambatannya lebih kepada narasumber yang tidak memberikan kejelasan, bahkan tidak berkomentar sehingga ini mempersulit pemberitaan, jadi kita harus berpacu sama waktu ya jadi kita harus gerak cepet cari pengganti...” (Redaktur Pelaksana).

Keterangan tersebut menunjukkan pendukungnya ada pada SDM yang paham akan kemajuan teknologi yang diperkaya dengan pelatihan SEO atau memang secara personal mampu mengoperasikan perkembangan informasi teknologi.

Pembahasan

Manajemen Pemberitaan Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 Di Media Daring iNews.id Dalam Edukasi Publik

Keberhasilan media daring bergantung pada kualitas karyawan yang bekerja pada perusahaan tersebut. Capaian keberhasilan ini tidak akan membuahkan hasil jika tidak disertai dengan kemampuan pimpinan media bersangkutan dalam mengelola sumber daya manusia yang ada. Hal ini mendorong alasan manajemen yang baik mutlak diperlukan pada media daring. Konsep media menurut Fink dalam Fransiscus (2014: 20) 1) *Research in the newsroom*: Media terlebih dahulu memahami khalayak yang dapat dilakukan dengan menganalisis keadaan geografis dan demografis pasar yang hendak dituju. 2) *Planning in the newsroom*: Kegiatan ini meliputi dua hal penting, yakni merencanakan penggunaan sumber daya manusia secara efektif dan menyiapkan mekanisme jurnalistik baku untuk menciptakan kualitas berita. 3) *How to manage the newsroom's resource*: Media mengelola empat elemen utama yakni sumber daya manusia, uang, sumber eksternal (narasumber, kantor berita, iklan, dan lain-lain), dan *newshole* (kolom, halaman, desain media, editing, dan lain-lain). 4) *Evaluating in the newsroom*: Melakukan kontrol dan evaluasi untuk melihat keberhasilan rencana pengelolaan dan implementasinya.

Perencanaan

Planning (perencanaan) merupakan langkah awal dalam suatu lembaga untuk memutuskan bentuk kegiatan yang akan dilakukan saat eksekusi dalam mencapai tujuan (Kustiawan et al., 2022). Perencanaan pemberitaan merupakan awal dari sebuah peliputan berita yang akan dijadikan artikel berita pada masyarakat. Hal tersebut mendorong untuk menghasilkan suatu pemberitaan yang baik, sehingga harus dimulai oleh proses perencanaan yang menyeluruh. Perencanaan pemberitaan Pemilu 2024 di media daring iNews.id ini merupakan langkah awal dalam melakukan *research* dari berbagai sumber dan juga melakukan *mapping* hingga *hunting* untuk merencanakan topik berita serta narasumber yang akan terlibat. Berbagai pertimbangan dalam menentukan narasumber dan topik berita serta kriteria masing-masing harus betul-betul diperhatikan karena hal ini membuat sudut pandang yang dituju oleh perusahaan.

Upaya perencanaan pemberitaan Pemilu 2024 di media daring iNews.id dilakukan dengan pola yang sudah diterapkan setiap tahunnya dimana penanggungjawab terletak pada Redaktur Pelaksana. *Plotting* wartawan yang bertugas pun sudah bisa dijalankan satu tahun sebelum Pemilu 2024 dilaksanakan. Rapat redaksi pun didapat datanya dari wartawan dilapangan yang melaporkan perkembangan berita, sehingga rapat redaksi bersifat strategis. Wartawan biasanya akan mengikuti alur dilapangan jadi tidak terlalu membebani untuk datang ke kantor dalam rapat redaksi.

Redaktur pelaksana dalam salah satu contoh kasus mengedukasi masyarakat berupa kejadian pada Pemilu 2024 yakni dengan memberitakan fakta hukum yang berjalan bahwa majunya Gibran Rakabuming Raka sebagai Cawapres seperti apa dan lain sebagainya. Hal ini memberikan tugas kepada wartawan hukum untuk menarik pemberitaan hukum agar masyarakat teredukasi. Proses perencanaan pemberitaan ini juga tidak hanya melibatkan wartawan *news* tetapi seluruh wartawan lintas rubrik. Kecepatan dan kebutuhan portal berita daring mendorong upaya untuk seluruh informasi diambil sampai target kejar-kejaran pembaca.

Penyusunan pemberitaan dilakukan satu tahun sebelumnya dengan alasan pemilu memiliki sorotan besar terhadap proses demokrasi Indonesia dan terhadap edukasi publik. Selama dinamika yang terjadi juga memiliki nilai kepada masyarakat yang harus mengetahui apa yang terjadi. Perencanaan pemberitaan pemilu dilakukan oleh para

wartawan ketika mengetahui informasi yang sudah selesai disepakati di rapat redaksi. Media daring iNews.id memiliki wartawan dari nasional sampai daerah, sehingga selesai rapat redaksi informasi ini langsung disampaikan kepada para wartawan di lapangan.

Pada Pemilu 2024 pemilik MNC grup memberikan dukungan terhadap salah satu pasangan calon (paslon) yaitu Ganjar Pranowo dan Mahfud MD, akan tetapi dalam pemberitaan tidak memperlihatkan keberpihakkannya, namun porsi pemberitaan paslon tertentu yang lebih banyak. Posisi ini sangat menyulitkan namun iNews.id sendiri memiliki otoritas yang tinggi sehingga tetap dalam koridor media. Cara yang dilakukannya adalah dengan memberikan porsi pemberitaan terhadap Ganjar Pranowo dan Mahfud MD lebih banyak dari yang lain.

Pemberitaan Pemilu 2024 ini iNews.id memiliki tujuan menjadi wadah edukasi di masyarakat, dari banyaknya dinamika yang terjadi, masyarakat harus mengetahui bahwa sebenarnya kejadian ini hanya intrik politik. Maka dari itu, media daring iNews.id hadir untuk memberikan edukasi publik dengan cara *Cover Both Side* sehingga kedua narasumber maupun sudut pandang yang bersebrangan bisa mengutarakan dan memberikan pesan kepada masyarakat. Keterangan tersebut diambil dari Redaktur Pelaksana yang menyebut bahwa edukasi publik menjadi tujuan kami agar masyarakat mengetahui keadaan yang sebenarnya pada politik Indonesia.

Selanjutnya, Redaktur Pelaksana juga mengatakan edukasi ini dilakukan ketika kasus Mahkamah Konstitusi yakni Anwar Usman yang terlibat dalam pelanggaran dan drama politik lainnya. Media daring iNews.id berusaha dalam putusan hasil rapat redaksi kepada wartawan agar memberitakan proporsional, jadi masyarakat bisa mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Hal tersebut menjadi fungsi dari media sebagai pilar demokrasi.

Kemudian, perencanaan penentuan sasaran dari iNews.id dilihat dari hasil riset pembaca situs dominan itu berusia justru dari delapan belas sampai tiga puluhan tahun, dimana pada rentang usia ini sangat membutuhkan informasi Pemilu 2024. Pemilih pemula memerlukan edukasi dan informasi terkait Pemilu 2024. Pembaca iNews.id ini sudah sesuai dengan *swing voters* (pemilih mengambang) yang terjadi pada usia tujuh belas tahun hingga dua puluh dua tahun. Hasil yang ingin dicapai oleh iNews.id setelah memilih sasaran pembacanya yaitu bagaimana masyarakat mengetahui seluruh informasi yang terjadi selama proses Pemilu 2024. Sasaran untuk anak mudanya, iNews.id ingin melihat pemilih pemula atau anak muda mengerti bagaimana yang terjadi selama proses Pemilu 2024 tersebut.

Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan langkah penyusunan struktur organisasi yang ideal dengan tujuan organisasi, sumber daya yang ada, dan lingkungan. Tahapan ini, memiliki dua aspek penting, yaitu departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi ialah pengelompokan alur dan sistem kerja dalam suatu organisasi sehingga kegiatan yang sama dan saling terhubung dapat dilakukan secara bersama-sama (Bahri, 2021). Departementalisasi pada portal berita iNews.id dalam pengelompokan kegiatan kerja agar dapat melakukan kegiatan yang sudah direncanakan sesuai dengan tugasnya masing-masing. Departementalisasi iNews.id ini memiliki keunikan tersendiri karena satu grup dengan MNC dan prakteknya ada yang harus berkordinasi agar terintegrasi. Sistem kerja ini sebenarnya menguntungkan dan mempercepat informasi yang harus sampai kepada masyarakat. Departementalisasi ini terdiri dari Pimpinan Redaksi, Wakil Pimpinan Redaksi, Redaktur Pelaksana, Editor, Kordinator Liputan, dan Wartawan. Struktur ini merupakan inti dalam proses pengambilan keputusan pemberitaan dalam media daring iNews.id. Instruksi dari Pimpinan Redaksi turun ke bawah sampai Wartawan. Tugas yang

dikerjakan wartawan biasanya hasil instruksi dari Kordinator Liputan atau ada agenda yang sudah dibagikan duluan.

Pembagian kerja atau tugas pada media daring iNews.id dalam edukasi publik dilakukan sesuai dengan *jobdesk* yang sudah ditetapkan di iNews.id. Karyawan melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan tanggung jawabnya pada setiap bidang yang mereka duduki. Pimpinan redaksi bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja, wakil pimpinan redaksi itu *back up* pimpinan redaksi, redaktur pelaksana ini mengatur agenda peliputan dan pemberitaan juga membuat berita sendiri dari dalam kantor.

Kemudian di bawah redaktur pelaksana ada wartawan, dimana wartawan ini mencari dan menulis berita. Hal ini yang memiliki keunikan dari media MNC grup dimana para wartawan diwadhahi pada divisi MNC Portal Indonesia (MPI), sehingga jika mau memberikan instruksi bisa langsung ke wartawannya atau ke Kordinator Liputan (Korlip) yang memimpin. Kordinator liputan ini mengatur agenda wartawan, membagi wilayah kerja wartawan, lalu ada editor itu mengevaluasi tulisan dan konten foto atau video agar bisa dipertanggung jawabkan. Pemimpin redaksi memiliki otoritas penuh di iNews.id yang notabene menjadi MNC grup. Hal tersebut diutarakan oleh redaktur pelaksana yang menyebutkan pemimpin redaksi bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja iNews.id. Kordinasi yang menjadi unik ialah pada wartawan, yakni wartawan untuk area penting dibawah Kordinator Liputan agar berkordinasi dan bertukar informasi kepada perusahaan media grup MNC. Hal ini memudahkan dan menguntungkan perusahaan media besar seperti MNC grup (Saptardi, 2018).

Komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan dan karyawan media daring iNews.id terhubung dengan formal dan informal, hal ini dikarenakan para karyawan iNews.id juga mempunyai grup *whatsapp* sehingga bisa membuat diskusi suatu hal yang serius tetapi dengan suasana santai, jadi lebih tidak menegangkan dan lancar.

Pengarahan dan Memberikan Pengaruh

Fungsi dari mengarahkan dan memberikan pengaruh atau memengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif (Morissan et al., 2019). Motivasi yang dilakukan ini dalam perusahaan memiliki berbagai macam cara, khususnya pada media daring dengan wartawannya berada dilapangan motivasinya berupa bonus atau tugas keluar. Walaupun hal tersebut masih harus bekerja, namun langkah ini membuat produktivitas wartawan meningkat. Upaya motivasi yang diberikan seperti bonus, tugas keluar daerah dan apresiasi-apresiasi yang biasa dilakukan seperti saat wartawan berhasil menembus pembaca puluhan atau ratusan ribu, hal tersebut dilakukan dengan ucapan di grup *whatsapp*. Motivasi yang dipakai pimpinan portal berita iNews.id terbilang sederhana berupa apresiasi berupa ucapan dan contoh yang membuat karyawan merasa hadir dan bukan hanya sebagai pekerja. Tugas peliputan keluar daerah merupakan apresiasi yang tinggi karena bukan hanya motivasi tapi juga bisa liburan, karena pemberitaannya biasanya tidak cenderung krusial.

Kepemimpinan yang dilakukan terhadap karyawan iNews.id memiliki pola kekeluargaan dimana dalam penanganan kasus tidak langsung dikeluarkan surat peringatan atau teguran keras. Bapak Komaruddin Bagja selaku Wartawan di iNews.id memberikan keterangan berupa pimpinan akan melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap wartawan yang melakukan kesalahan. Mejadikan pelajaran bukan berarti langsung dikenakan surat peringatan akan tetapi dengan teguran. Pengarahan dan

memberikan pengaruh pimpinan iNews.id lebih secara informal, dengan cara itu terlihat bagaimana seorang pimpinan iNews.id melakukan pendekatan dengan rasa kekeluargaan sehingga harapan pimpinan dengan memberikan arahan dan memengaruhi secara kekeluargaan tersebut akan menimbulkan rasa tanggung jawab lebih dan solidaritas yang kuat.

Pengawasan

Definisi pengawasan yang dijelaskan Robert J. Mockler menyebutkan bahwa pengawasan manajemen merupakan suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan dan membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya (Morissan et al., 2019). Pengawasan yang diterapkan media daring iNews.id pada pemberitaan Pemilu 2024 dalam edukasi publik secara evaluasi menggunakan metode evaluasi. Pengawasan ini juga dilakukan sebagai wujud evaluasi dan koreksi terhadap ketiga tahapan manajemen pemberitaan sebelumnya (Ula, 2015). Cara ini digunakan untuk meninjau dan menilai kembali pekerjaan yang telah dilakukan. Pernyataan yang disampaikan Redaktur Pelaksana pada proses evaluasi ini biasanya dilakukan ada yang bersifat rutinitas harian, mingguan dan bulanan. Evaluasi yang dikerjakan oleh iNews.id berupa pengawasan harian, mingguan dan bulanan secara menyeluruh. Sehingga mekanisme kerja berjalan sesuai dengan tujuan dalam mengedukasi publik. Pola ini juga tidak memberikan celah pada setiap kesalahan sehingga pada hari itu bisa langsung dibenahi. Artikel yang telah dikirim akan dievaluasi oleh editor dan kordinator liputan (korlip) sehingga bisa langsung diperbaiki. Hal ini memperlihatkan iNews.id dalam profesionalitas dan kredibilitas pemberitaan Pemilu 2024 dalam mengedukasi masyarakat. Pada evaluasi mingguan juga menunjukkan secara serius iNews.id dalam mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan, melihat evaluasi yang dilakukan iNews.id setiap bulan ini untuk melihat kinerja bulanan dan menaikkan *progress* capaian perusahaan. Evaluasi bulanan ini mencakup artikel, isu, pembaca dan lain-lain. Sehingga pembahasan evaluasi bulanan lebih kompresensif dan detail.

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Faktor pendukung manajemen pemberitaan Pemilu 2024 di media daring iNews.id dalam edukasi publik ialah dengan adanya sumber daya manusia yang cukup sehingga segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam peliputan dan kepenulisan dapat dilaksanakan dengan baik dan cepat. Tidak hanya tercukupinya para wartawan dalam mendukung pencarian berita untuk terjun ke lokasi kejadian akan tetapi wartawan yang memiliki ide dan gagasan untuk mengembangkan berita sangat mendukung sekali. Faktor hambatan yang terjadi di iNews.id dalam pemberitaan ialah sering terjadinya kesalahan sistem seperti narasumber yang sewaktu-waktu tidak bisa dihubungi maka dengan cepat para wartawan mengganti narasumbernya.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian pada media daring iNews.id, manajemen pemberitaan Pemilu 2024 terbukti terstruktur dan profesional, dimulai dari perencanaan satu tahun sebelumnya melalui rapat redaksi, pelibatan seluruh wartawan lintas rubrik, serta pengorganisasian kerja dengan hierarki jelas (Redaktur Pelaksana, Editor, Koordinator Liputan). Komunikasi formal-nonformal (termasuk WhatsApp) dan pelatihan SDM (penugasan luar, bonus, optimasi mesin pencari) mendukung kualitas pemberitaan, sementara evaluasi progresif lebih mengedepankan pendampingan ketimbang sanksi. Faktor pendukung meliputi SDM kompeten dan dukungan MNC Group, sedangkan penghambat utamanya adalah keengganan narasumber memberikan informasi. Untuk

penelitian selanjutnya, disarankan: (1) studi komparatif dengan media lain (Kompas.com, Detik.com), (2) analisis dampak framing berita pada opini publik, (3) evaluasi efektivitas pelatihan jurnalistik, (4) eksplorasi peran media sosial dalam distribusi berita, (5) kajian mendalam tantangan narasumber, serta (6) tinjauan model bisnis media terhadap independensi pemberitaan politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andani, S., Sholihah, F. N., Ghiffari, I., Hawadits, F. L., & Nisa, P. K. (2024). Peran MNC Group Sebagai Konglomerasi Media Dalam Pilpres 2024. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(3), 191–201.
- Bahri, B. (2021). Manajemen Pemberitaan di Kompas TV Medan dalam Meningkatkan Kualitas Program Siaran Lokal. *Persepsi: Communication Journal*, 4(1), 11–30.
- Cahyana, L. (2022). Konglomerasi media memperkuat hegemoni penguasa dan oligarki pada era New Media. *AT-TAWASUL*, 2(1), 20–28.
- Elsa, E. (2024). *Penerapan Search Engine Optimization (SEO) untuk Optimasi Performa Traffic Pada Situs UMKM/Elsa/15200005/Pembimbing: Lis Utari/Program Studi Teknik Informatika*.
- Fahriani, F. (2023). *Persepsi Khalayak Terhadap Situs Medium Online Pada Website Tuturkata. Com*. IAIN Parepare.
- Kustiawan, W., Siregar, A. A., Purba, A. M., & Muhammad, M. (2022). Manajemen Media Online: Online Media Management. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(2), 13–17.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Morissan, A. C. W., Wardhani, F. H. U., & Sikumbang, R. (Ed.). (2019). *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Ghalia Indonesia.
- Mukhtar, P. D., & Pd, M. (2013). Metode praktis penelitian deskriptif kualitatif. *Jakarta: GP Press Group*, 137.
- Nadin, A. M., & Ikhtiono, G. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 3(1).
- Osika, G. N., Sihabudin, A., & Sagita, D. (2018). *Media Habit Generasi Milenial dalam Membaca Portal Berita NETZ*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Prahendratno, A., Aulia, M. R., Erwin, E., Setiawan, Z., Rijal, S., Rosdaliva, M., Ariasih, M. P., Adhichandra, I., & Rahmawati, E. (2023). *Strategi Bisnis Digital: Optimalisasi & Otomisasi Sebuah Bisnis Menggunakan Media Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rannu, A., & Kunni, J. (2019). *Teknik mencari dan menulis berita: Jariah Publishing*. Jariah Publishing Intermedia.
- Romlah, S. (2021). Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Pendekatan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif). *Pancawahana: Jurnal Studi Islam*, 16(1), 1–13.
- Santo Dewatmoko, I., ST, M. M., Hodijah, C., & Maria, S. (2024). *Pemasaran dalam Era Digital: Mengungkap Strategi Terkini untuk Kesuksesan Bisnis*. Grafindo Publisher.
- Saptardi, M. F. (2018). Kualitas Pengungkapan Intellectual Capital pada Perusahaan Media Terbesar yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2014. *CALYPTRA*, 6(2), 169–206.
- Sukri, S., & Zulfikar, Z. (2021). Mendapatkan Peringkat Terbaik Website Pada Search Engine Dengan Metode Search Engine Optimization (SEO). *Jurnal Nasional*

Komputasi dan Teknologi Informasi, 4(3).

Tahabu, N., Adam, A., Silawane, N., Hamatae, F., & Ladika, S. S. (2023). Strategi Promosi Perpustakaan (IAIN) Ternate Untuk Mendorong Mahasiswa Menggunakan Layanan Perpustakaan. *JUANGA: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 71–81.

Ula, A. R. (2015). Manajemen Redaksi Riauterkini.Com Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2(1).

Verolyna, D. (2021). *Integrated Marketing Communication (IMC) pada Penguatan Brand E-Commerce: Telaah IMC pada Platform Shopee Indonesia.*