



Manajemen Redaksional Berita Online Kanalindonesia.com Sebagai Media Informasi

Muhammad Umar Khadafi¹, Nanda Elma Fitriani², A. Fikri Amiruddin Ihsani³

¹Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Email: dkhadafi21@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Email: maullananda13@gmail.com

³Institute of Social Sciences Istanbul 29 Mayis University, Email: ihsaniafa22@mayis.edu.tr

Abstract

Editorial management is the main key in managing online news content, especially in Kanalindonesia.com as a relevant and dynamic information media. This study aims to determine the editorial management strategies and practices applied by Kanalindonesia.com in presenting information effectively and up-to-date. The research method used is descriptive analysis with a qualitative approach. Data was collected through interviews, observations, and analysis of online news content published by Kanalindonesia.com. The results showed that the editorial management carries the approach of Planning, Organizing, Actuating, and Controlling. The process of collecting, editing, and disseminating news is carried out in a structured and efficient manner in accordance with journalistic principles. The selection of topics, the use of reliable sources of information, and the application of ethical journalism principles are the main focuses in presenting news. In addition, Kanalindonesia.com also implements controls on news content products that are carried out once a month. This is in order to form management that carries responsibility and can achieve the goals of the company.

Keywords

Editorial Management, Online News, Media Information

Submit : 01 January 2024

Accepted : 30 March 2024

Publish : 30 April 2024

Abstrak

Manajemen redaksional menjadi kunci utama dalam pengelolaan konten berita online, terutama di Kanalindonesia sebagai media informasi yang relevan dan dinamis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan praktik manajemen redaksional yang diterapkan oleh Kanalindonesia.com dalam menyajikan informasi secara efektif dan terkini. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis konten berita online yang diterbitkan oleh Kanalindonesia.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen redaksionalnya mengusung pendekatan Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling. Proses pengumpulan, penyuntingan, dan penyebaran berita dilakukan secara terstruktur dan efisien sesuai dengan kaidah jurnalistik. Pemilihan topik, penggunaan sumber informasi yang dapat dipercaya, serta penerapan prinsip jurnalisme etis menjadi fokus utama dalam menyajikan berita. Selain itu, Kanalindonesia.com juga menerapkan kontrol terhadap produk konten berita yang dilakukan setiap satu bulan sekali. Hal ini guna untuk membentuk manajemen yang mengemban tanggung jawab dan bisa mencapai tujuan dari perusahaan.

Kata kunci

Manajemen Redaksional; Berita Online; Media Informasi

INTRODUCTION

Kehadiran teknologi mengubah cara manusia dalam mengakses informasi dan komunikasi (Retpitasaki et al., 2023). Sebagai hadirnya media online memiliki dampak besar terhadap informasi yang memacu hal-hal baru dalam kehidupan (Alma Fikhasari dan Gilang, 2019). Media online muncul seiring dengan bertambahnya penggunaan internet yang memungkinkan distribusi informasi membludak. We Are Social mencatat pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta pada Januari 2023. Sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet (Monavia Ayu, 2023). Sebelumnya, pada Januari 2022 jumlah pengguna internet tercatat sebanyak 205 juta. Sehingga perbandingan pada tahun 2023 lebih tinggi 3,85 % dibandingkan tahun lalu. Implikasinya dalam penggunaan internet tersebut terus mengalami lonjakan pengguna internet dari berbagai kalangan. Hal tersebut juga perlu diperhatikan untuk mengetahui fungsi internet dengan benar dan menggunakannya dengan bijak. Pada turunannya, revolusi bidang teknologi sangat berpengaruh terhadap kehidupan dan budaya manusia (Syamsul Arifin, 2018).

Media online membawa perubahan media menjadi digital yang memberi respon interaktif untuk sesama pengguna internet. Sejarahnya pada tahun 1990an, ledakan internet memicu kelahiran media online di Indonesia (Rangga Galura, 2013). Pertumbuhannya sangat pesat bersamaan dengan turunnya Soeharto tahun 1998 yang bersamaan dengan berdirinya portal detik.com yang menjadi penerbit online terbesar di Indonesia. Sehingga, sampai sekarang hampir seluruh kelompok media memiliki media online. Dengan hadirnya media baru, mengakibatkan adanya beberapa perbedaan proses penyampaian, bahkan perubahan perilaku terhadap pengguna media itu sendiri. Namun, sebagai media baru fungsi tersebut akan memberikan informasi dan edukasi yang memiliki persamaan tertentu dalam media lama ataupun media baru.

Pelbagai media online yang hadir salah satunya Kanalindonesia.com yang merupakan perusahaan media di Ponorogo. Media ini memiliki beberapa rubrik yang diproduksi, antara lain news, demokrasi, lifestyle, trend, kesehatan dan nasional. Media Kanalindonesia.com berdiri sejak 8 tahun yang lalu tepatnya pada tanggal 14 Juli 2015. Kanalindonesia.com merupakan media di bawah naungan dari PT. Kanal Indonesia Media Group, yaitu sebuah perusahaan media massa yang berfokus menyebarkan informasi melalui media online, IT, dan multimedia. *Tagline* atau slogan dari media ini yakni akurat, informatif, mencerdaskan, dan mencerminkan komitmen dalam memberikan informasi yang berkualitas kepada masyarakat.

Secara struktural manajemen media yang dipimpin oleh W. Arso ini cukup unik karena tidak banyak media yang memiliki jejaring reporter hingga berbagai daerah di Indonesia. Ketika observasi peneliti melihatnya terdapat reporter di Jakarta, Banten, Jawa Tengah, Jawa Barat kemudian Jawa Timur ini meliputi beberapa kabupaten kota yaitu Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Bangkalan, Sumenep, Pacitan, Magetan, Ngawi, Trenggalek, Tulungagung, Blitar, Malang Kediri, Jombang, Mojokerto, Nganjuk, Ponorogo, Madiun, lebih jauh dari itu ada NTB, Kepulauan Selayar, Tidore Kepulauan, dan Aceh. Kanalindonesia.com sangat menjadikan aturan Undang-undang sebagai garis haluan mereka, misalnya Undang-undang Tentang Pers Nomor 40 Tahun 1999 menjadi patokan atau arah pandang bagi media Kanalindonesia.com. Media Kanalindonesia.com berdiri sesuai dengan ketentuan umum yang sudah diatur pada pasal-pasal yang ada di dalam Undang-undang tersebut. Sehingga, media tersebut mampu menyuguhkan informasi yang sesuai dengan realitas dan bisa dipercaya oleh khalayak atau pembacanya.

Melihat ke dalam dewasa ini terdapat begitu banyak media online bermunculan di masing-masing daerah di Indonesia, akan tetapi yang mengawatirkan ialah pengelola atau pemiliknya belum

memiliki basik jurnalis. Pemilik media online yang ada hanya berbekal kemampuan IT sehingga media media tersebut hanya mengejar rating dan menghasilkan *adsense* atau uang, sehingga mengesampingkan etika jurnalistik. Seorang wartawan bukan hanya hanya bertanggung jawab terhadap hasil tulisannya melainkan, seorang wartawan harus memiliki sifat jujur, terampil, kreatif, dan berbakat (Riesma, Dadang Rahmat, 2021). Menjadi seorang wartawan harus menjunjung tinggi kebenaran dan juga selalu sigap dalam memahami situasi dan kondisi. Sejatinya, seorang wartawan tidak boleh menggiring opini dalam penulisan berita. Hal tersebut bisa merugikan banyak pihak yang bisa menjadi pemicu konflik. Etika tersebut menjadi rambu-rambu seorang jurnalis sekaligus menjadi perlindungan terhadap wartawan dalam menjalankan profesinya. Sebagaimana yang wartawan butuhkan yaitu kompetensi dalam memahami, menguasai, dan menegakkan kewenangan dalam memutuskan bidang kewartawanan (Monika dan Yohanes, 2019).

Media dalam mengolah pelbagai macam informasi memerlukan diantaranya adalah manajemen keredaksian. Manajemen keredaksian tersebut meliputi pertama perencanaan, kedua pengorganisasian, ketiga pengawasan dan keempat yaitu evaluasi. Tujuannya dari manajemen keredaksian itu ialah untuk membantu mencapai tujuan atau visi misi media tersebut, sehingga diketahui oleh masyarakat. Pelbagai peran manajemen tidak hanya dibutuhkan dalam lingkup besar, tetapi juga lingkup kecil. Sehingga, manajemen ini bisa digunakan untuk meminimalisir tumpang tindih dalam memenangkan persaingan media untuk tetap eksis (Ali Murtadho, 2019). Berita online harus senantiasa *up to date* atau melakukan kebaruan pemberitaan setiap harinya, dan terus melakukan pembaruan informasi secara terus-menerus dengan cepat dari waktu ke waktu. Selain itu, berita juga harus real time yang menyajikan informasi secara langsung saat itu juga saat peristiwa berlangsung. Oleh karena itu, manajemen keredaksian perlu dibangun dan diterapkan untuk mengantisipasi terjadinya kegagalan dalam media.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Salma Laiila dan Faisal Harmonis dengan judul Manajemen Media: Implementasi Fungsi Manajemen Redaksional Gontornews.com (Salma dan Faisal, 2022). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan manajemen redaksi yang diterapkan Gontornews.com dilakukan dengan baik. Perencanaan tersebut dilakukan dengan dinamis dan fleksibel, dengan manajemen redaksional yang memiliki fungsi sama dengan hak dan kewajiban yang berbeda. bentuk pengorganisasian yang dilakukan Gontornews.com adalah penetapan struktur organisasi serta fungsi dan jobdesk nya. Selanjutnya yang ke tiga pergerakan, pergerakan pada Gontornews.com tidak dilakukan secara regular yaitu terdiri dari pengeditan berita terkait

isu, diksi dan lain sebagainya. Terakhir yaitu pengawasan dilakukan sesuai dengan visi dan misi Pondok Modern Darussalam Gontor.

Penelitian selanjutnya oleh Stifani Realdi dengan judul Manajemen Redaksional Rubrik Zetizen Riau Pos dalam Menarik Minat Baca pada Remaja di Kota Pekanbaru (Stifani Realdi, 2018). Hasil penelitian Stifani tersebut menunjukkan bahwa memiliki perencanaan yang strategis dengan sistem pengorganisasian sesuai dengan struktur organisasi. Kemudian untuk proses pergerakan dilakukan berdasarkan kelompok penetapan peliputan berita, penulisan berita, dan penyuntingan berita. Pengawasan dilakukan dengan menetapkan efisiensi dan efektivitas. Sehingga, kinerja tersebut memiliki sistem kinerja yang baik dari pimpinan redaksi dari rubrik Zetizen Riau Pos.

Penelitian lainnya yaitu oleh Ghea, Djudjur Luciana dengan judul Strategi Manajemen Redaksi Radar Depok.com dalam Menghadapi Persaingan di Era Digitalisasi (Ghea dan Djudjur Luciana, 2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen redaksi yang dilakukan radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi adalah dengan melakukan rapat setiap hari, malam hari, pagi hari, dan sore hari dengan beberapa tahap yang dilakukan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi dan pengawasan. Strategi manajemen redaksi radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi, diantaranya adalah menjaga kredibilitas berita, menempatkan kecepatan dan kehati-hatian pada level yang sama, serta menjaga prinsip-prinsip yang dianut oleh radardepok.com yaitu Undang-undang (UU) 40 tahun 1999 tentang Pers, Kode Etik Jurnalistik yang diatur dalam peraturan dewan pers tahun 2006, dan berdasarkan Pedoman Media Siber. Ketiga penelitian itu memiliki keunggulan yang berbeda dalam penekanan strategi manajemen redaksinya, sedangkan dalam penelitian ini memiliki perbedaan dalam pengolahan manajemen yang dilakukan oleh media Kanalindonesia.com.

Paparan latar belakang dan penelitian terdahulu dari penjelasan diatas menjadikan peneliti tertarik dan ingin mengetahui bagaimana manajemen redaksional media online Kanalindonesia.com dalam menyebarkan informasi sesuai dengan manajemen yang dikelolanya. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana manajemen dalam membangun *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* dalam media tersebut. Hal ini menjadi tantangan media untuk adaptasi di tengah persaingan media online yang semakin banyak. Sehingga pembaca akan mengetahui banyak informasi yang akurat dari media Kanalindonesia.com. Akses yang semakin mudah untuk mengetahui informasi apapun dari belahan dunia, akan tetapi tetap mempertahankan etika jurnalistik dalam media.

METHODS

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian (Sugeng Pujileksono, 2016). Data tersebut dikumpulkan melalui dua metode yaitu wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan kepada Welas Arso sebagai pengelola website Kanalindonesia.com. Penelitian ini menggunakan teknik analisis model Miles dan Huberman yang dilakukan dengan tahapan mulai mengumpulkan data dengan melihat beberapa berita yang di unggah melalui kanal website, kemudian peneliti juga memahami sesuai dengan data yang disampaikan oleh narasumber. Subjek dalam penelitian ini adalah media Kanalindonesia, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah redaksi media Kanalindonesia. Hasil temuan nanti akan dideskripsikan dan dianalisis dari hasil pengamatan di lapangan dan penelusuran pustaka sesuai dengan ranah penelitian ini

RESULTS AND DISCUSSION

Manajemen berasal dari bahasa Inggris "*management*" yang artinya mengelola atau mengelola. Istilah manajemen berasal dari kata dalam bahasa Italia "*manege*" dan kata dalam bahasa Latin "*managiare*" yang berarti tangan (Yuwita, 2018). Meminjam perkataan Marry Foker Fallet dalam Ikhwan yang mengutarakan bahwa manajemen merupakan suatu seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain, artinya dari pendapat Fallet tersebut kita dapat memahami terdapat proses mengatur dan mengarahkan untuk mencapai tujuan yang diiharapkan bersama. Manajemen menjadi proses yang khas yang terdiri dari tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan evaluasi (Yayat M. Herujito, 2001, p. 3). Sementara Redaksional merupakan cara dalam penyusunan sebuah berita. Manajemen Redaksional mengabungkan konsep manajemen dan redaksi sebuah pemberitaan, pendekatan manajemen dipergunakan untuk melihat proses pengelolaan redaksi dalam suatu media pemberitaan.

Manajemen redaksi diartikan sebagai proses antar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media massa untuk mencapai tujuan atau sasaran (Qodriyah & Harmonis, 2022). Redaksional merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *divisi* redaksi suatu media. Manajemen redaksional pada intinya adalah kegiatan-kegiatan departemen redaksi mulai dari aktivitas riset, rencana produksi konten, penyiapan sumber daya, dukungan finansial, pelaksanaan produksi hingga *output* berupa produk konten berita/informasi hingga aktivitas kontrol dan evaluasi. (Syamsul Arifin, 2018) Selanjutnya manajemen redaksional sendiri dalam praktik kegiatannya terdiri dari empat tahapan yakni tahap perencanaan, tahap pengorganisasian, tahap penggerakan, dan tahap evaluasi untuk melihat lebih lengkapnya lihat penjelasan di bawah ini:

Tahap *Planning* atau Perencanaan, asal kata *planning* yaitu *'plan'* dari bahasa Inggris yang diartikan suatu rencana, rancangan atau maksud atau sebuah niat (Ridwan, 2019). Perencanaan (*Planning*) ialah "*process of setting objectives and determining what should be done to accomplishmen*" apabila kita melihat artinya itu proses penetapan tujuan dan apa tindakan yang diperlukan untuk menggapai tujuan tersebut. Merencanakan pada dasarnya adalah proses menentukan apa yang akan dilakukan kemudian. Tujuan dari kegiatan ini ialah supaya dapat mengatur berbagai sumber daya sehingga hasil yang diharapkan dapat dicapai. Dengan kata lain, dalam proses perencanaan, terjadi upaya untuk memanfaatkan sumber daya manusia (*human resources*), sumber daya alam (*natural resources*), dan sumber daya lain (*other resources*). Memahami pendapat ini artinya untuk mencapai tujuan yang diinginkan suatu medua perlu memadukan ketiganya, berkolaborasi sehingga menjadikan perencanaan menjadi matang dan berjalan dengan baik (Arifuddin et al., 2021).

Mari melihat pendapat dari beberapa ahli berikut ini, perencanaan menurut Roger A. Kauffman, ialah proses menentukan tujuan yang ingin dicapai atau sasaran yang akan dicapai, serta menetapkan cara dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya secara efektif dan efisien. (*the process of setting goals or targets to be achieved or targets to be achieved and specify the path and the resources needed to achieve goals effectively and efficiently*). Sementara Bateman dan Snell menjelaskan bahwa *planning is specifying the goals to be achieved and deciding in advance the appropriate actions needed to achieve those goals* yang artinya menentukan tujuan yang harus dicapai dan menetapkan tindakan prioritas yang diperlukan untuk mencapainya disebut perencanaan (Arifuddin et al., 2021).

Unggkapan yang juga senada di utarakan oleh Koontz, Koontz menggambarkan perencanaan sebagai proses intelektual yang menentukan tindakan apa yang mesti dilakukan dan mendasarkan keputusan tersebut pada tujuan yang ingin dicapai, mendapatkan informasi yang tepat waktu dan dapat dipercaya, dan mempertimbangkan perkiraan keadaan yang akan datang. Perencanaan dapat didefinisikan sebagai proses menetapkan tindakan yang akan dilakukan dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Arifuddin et al., 2021). Apabila melihat beberapa pendapat diatas garis utama dari tahap *planning* atau perencanaan ialah menentukan sebuah tujuan yang ingin diharapkan dengan memberikan beberapa pertimbangan dan informasi. Ketika kita menariknya kedalam proses redaksi maka kita akan menemukan bahwa *planning* redaksional adalah membahas mengenai jenis dan tema berita yang akan disajikan.

Tahap *Organizing* atau Pengorganisasian. Pengorganisasian, juga dikenal sebagai "*organisasi*" dalam bahasa Inggris, sementara pengorganisasian dalam bahasa arab disebut *At-Tanzhim* keduanya mempunyai arti selaras yaitu berarti mengadakan suatu struktur dari substruktur yang terhubung satu

sama lain untuk menciptakan hubungan interpersonal yang kuat. Organisasi dapat didefinisikan sebagai skema atau gambaran yang memiliki garis-garis dan menunjukkan perintah atau untuk kedudukan anggota dan hubungan mereka satu sama lain. Pengorganisasian, menurut Al-Asy'ari, adalah sekelompok orang yang bekerja sama untuk menjalankan kewajiban dan tugas sesuai dengan tingkatan struktur yang telah ditetapkan. Setiap orang akan menjalankan tugas yang sesuai dengan kemampuannya, dibarengi dengan wewenang untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Rahmawati, 2018). Organizing redaksional memiliki aktivitas yang diperlukan yaitu dengan aktivitas berupa: (1) perencanaan dan pengembangan redaksi; (2) penentuan sumber daya dan aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan redaksi; (3) penugasan tanggung jawab redaksi, dan (4) pendelegasian wewenang pada individu (Salma dan Faisal, 2022).

Tahap *Accounting* atau penggerakan adalah tahap ketiga dalam manajemen redaksi, yakni proses liputan berita. Terdapat tiga teknik liputan berita yakni reportase dengan cara wartawan hadir langsung ke lokasi peristiwa; melakukan wawancara dengan narasumber, dan pengumpulan data dengan menggunakan sumber dokumen, buku, atau dari internet. Akan tetapi sebelumnya kita dapat memahami terlebih dahulu *accounting* jika melihat dalam bahasa arab ia diartikan '*At-Taujil*' yaitu mengarahkan atau menggerakkan (Syarifah Rahmah, 2017). *Accounting* atau penggerakan adalah upaya untuk menggerakkan anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka ingin dan berusaha mencapai sasaran perusahaan yang bersangkutan dan sasaran anggota kelompok tersebut karena mereka ingin mencapainya. Sumber daya manusia terkait erat dengan gerakan, yang pada akhirnya merupakan inti dari mana manajemen beroperasi. Proses gerakan berhubungan dengan sikap, nilai, harapan, kebutuhan, ambisi, dan harapan seseorang, serta interaksinya dengan lingkungannya dan dengan orang lain (Nasution et al., 2023).

Pelaksanaan atau *Actuating* dalam manajemen ialah implementasi dari pelaksanaan konsep dan langkah-langkah yang telah dirancang tersebut dalam sebuah lembaga atau organisasi (Syarifah Rahmah, 2017) dalam hal ini tentu mengacu pada redaksional media yang semua strukturnya bekerja sama baik itu wartawan, editor dan redaktur untuk mewujudkan rencana atau *planning* yang telah ditentukan pada tahapan sebelumnya.

Tahap *Controlling* atau Pengawasan, pengawasan menjadi tahap keempat sekaligus terakhir dalam manajemen redaksi. Pengawasan dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan kerja keredaksian telah berjalan sesuai rencana atau tidak. Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap berita yang akan disajikan. Kontrol dan pengawasan ialah elemen manajemen yang sangat penting untuk kinerja organisasi, baik di bidang pembelajaran maupun industri yang lain. Mereka tidak hanya menjadi bagian

penting dari proses operasional tetapi juga merupakan tahapan kinerja organisasi, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, dan tindakan hingga pengendalian. Dalam manajemen, ini menunjukkan bahwa jika upaya untuk mengatur aktivitas menurun dalam sistem kerja yang terorganisir, hasilnya akan buruk (Daulay et al., 2023).

Beberapa pendapat para ahli menjelaskan, diantaranya Amin Wijaya mendefinisikan pengawasan adalah proses melacak seluruh aktivitas untuk memastikan bahwa aktivitas tersebut diselesaikan sesuai dengan rencana dan kemudian diperbaiki. Robinson mengutarakan control juga proses memonitor seluruh aktivitas untuk mengenali setiap pekerja dan organisasi, menemukan cara untuk mencapai tujuan dan kemudian memperbaiki. Jhonson juga demikian mengatakan Untuk menghitung kontrol, sistem manajemen harus bekerja sesuai rencana dan memastikan bahwa ketidaksesuaian hanya terjadi dalam batas yang dapat diterima (Daulay et al., 2023). Untuk mencapai tujuan organisasi, pengawasan adalah mencocokkan kegiatan operasional (actuating) di lapangan dengan rencana (planning). Oleh karena itu, kesalahan, penyimpangan, cacat, dan hal-hal yang tidak baik adalah tujuan dari kegiatan pengawasan (Nasution et al., 2023).

Controlling atau bisa juga kita pahami sebagai sebuah evaluasi memang menjadi bagian penting dalam proses pengelolaan dalam hal ini media online, apabila melihat dari beberapa pendapat para ahli diatas kita dapat mengambil kesimpulan bahwa tahapan ini merupakan proses control, proses pengawasan untuk mengetahui kinerja misalnya saja wartawan atau jurnalis dalam mendapatkan berita dan menulis berita yang mereka dapatkan di lapangan. Pada akhirnya informasi tersebut mesti benar sesuai fakta, karena informasi dalam media online bersifat massa semua khalayak dapat mengakses informasi yang dimuat oleh suatu media online.

Komunikasi massa secara sederhana bermakna komunikasi yang dibentuk dan ditujukan kepada masyarakat atau khalayak umum. Apabila melihatnya lebih detail maka komunikasi massa itu berdiri dalam dua kata yakni, komunikasi dan massa. Wilbur Schramm menerangkan bahwa komunikasi merupakan kata yang berasal dari bahasa latin "*communis*" juga berarti "*common*" atau sama. Artinya dalam proses komunikasi tujuannya adalah mendapatkan kesamaan pesan. Sementara kata "massa" menurut P.J. Bouman, merujuk pada golongan masyarakat yang banyak, terkadang menunjukkan jumlah pendengar, tanpa adanya organisasi melainkan hanya memiliki ikatan dan persamaan jiwa. De Fleur Mequil menyatakan bahwa *Mass communication is the process by which communicators use media to construct the meaning necessary to spread messages widely continually and influence large and diverse audiences through various means* (Laksono, 2019).

Senada dengan pernyataan itu pakar komunikasi lainnya berpendapat, misalnya M.O.Palaph menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah pernyataan manusia yang ditujukan kepada massa. Artinya komunikasi massa disini tertuju pada pesan yang disampaikan kepada orang banyak, baik itu verbal atau visual mauapun non verbal atau tulisan. Beberapa jenis komunikasi massa termasuk jurnalistik, hubungan masyarakat, penjelasan, propaganda, agitasi, dan komunikasi internasional(Kustiawan et al., 2022). Dengan beberapa definisi diatas kita dapat mengambil satu garis lurus mengenai definisi komunikasi massa yang disederhanakan yaitu, komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang selalu melibatkan medium dalam menyampaikan pesan atau informasinya. Orientasi serta praktik komunikasi massa targetnya akan selalu menysasar kepada khalayak atau masyarakat luas.

Dibandingkan dengan jenis komunikasi lainnya, proses komunikasi massa lebih kompleks. Pesan yang ditemukan di media massa akan lebih sulit untuk memilih pihak yang bertanggung jawab untuk menangani masalah tersebut dan siapa yang membuatnya. Salah satu karakteristik komunikasi massa adalah kesulitan memilih siapa yang bertanggung jawab atas masalah tersebut. Sesuai dengan namanya, "komunikasi massa" berarti jenis komunikasi yang ditujukan atau dilakukan kepada banyak orang, atau masyarakat awam secara luas. Karena media komunikasi ini mudah ditemukan dan digunakan, informasi akan dengan cepat menyebar ke masyarakat umum. Oleh karena itu, masyarakat umum dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang digunakan oleh media komunikasi massa ini. Salah satu fitur tambahan dari media komunikasi massa adalah bahwa mereka bersifat serempak. Informasi yang disebarkan ini akan dengan cepat diakses oleh masyarakat umum dan masyarakat luas karena pengirimnya hanya mengirimkannya sekali menggunakan tujuan utamanya, yang berarti komunikator tidak perlu mengirimkannya berulang kali. Akibatnya, pesan dapat tersampaikan dengan mudah dan cepat(Kustiawan et al., 2022).

Pengaruh komunikasi massa berkaitan dengan persoalan efek komunikasi massa, efek ini menjadi pusat perhatian masyarakat melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh khalayak.(Nurhalima Tambunan, 2018). Model komunikasi satu tahap ini menyatakan bahwa saluran media massa berkomunikasi langsung dengan komunikan tanpa berlalunya pesan melalui orang lain. Pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak menimbulkan efek yang sama terhadap komunikan. Model ini merupakan model jarum hipodermik yang dimurnikan. Sehingga model ini memberi kebebasan kepada saluran komunikasi massa secara langsung.

Pendekatan Planning Kanalindonesia.com

Pendekatan *planning* atau perencanaan yang ialah kegiatan menentukan sarana dan prasarana yang digunakan guna mencapai tujuan yang direncanakan. Tahap perencanaan menentukan apa yang akan dilakukan, bagaimana cara melakukannya, dan siapa yang akan melaksanakan kegiatan dalam program. Prosesnya biasanya akan dimulai dengan rapat editorial yang dipimpin pemimpin redaksi dan petinggi lain dalam sebuah media, kepentingan yang berpartisipasi dalam pengelolaan rapat, termasuk memutuskan topik berita, mengatur acara, memperkenalkan program, mengidentifikasi sumber, dan membuat jadwal (Agisa et al., 2021)

Tanri Abeng dalam Agus memberikan pernyataan mengenai pentingnya *planning* atau perencanaan karena ia akan memberikan arah suatu kegiatan. Tanri menegaskan disana bahwa perencanaan merupakan arah strategis dan jawaban mengenai pertanyaan bagaimana, apa,siapa, dan kapan. Pendapat demikian juga disampaikan oleh Goerge R Terry, dalam jurnal yang sama Richard L. Daft memberikan definisi kalau perencanaan ialah menentukan target upaya pedoman kinerja perusahaan media dan menentukan alokasi sumberdaya yang akan dipergunakan di masa mendatang(Susanto, 2022). Tanri Abeng ada prinsip yang penting dalam perencanaan, ia menyebutkan pertama penetapan visi yang akhirnya di gambarkan lebih rinci melalui misi perusahaan. Kedua menentukan standarisasi keberhasilan. Ketiga *planning* juga harus mengacu pada studi lingkungan. Keempat menetapkan strategi supaya tercapai target yang diinginkan(Susanto, 2022).

Ketika menariknya kedalam peranan sebuah perusahaan media maka kita mengerti bahwa *planning* disini merupakan suatu proses kegiatan yang diperlukan dalam sebuah media online. Apabila kita melihat secara general, maka *planning* merupakan merupakan aktivitas pertama yang dilaksanakan untuk menetapkan langkah-langkah kedepan dan tujuan keberhasilan suatu media online. Dari definisi opsional diatas, penulis menganalisa Kanalindonesia.com berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan maka ditemukan pendekatan perencanaan pada proses aktivitas yang dilakukan perusahaan. Welas Arso selaku direktur media Kanalindonesia.com mengungkapkan bahwa media tersebut memiliki perencanaan yang sederhana namun berpengaruh besar terhadap media Kanalindonesia.com. Media Kanalindonesia.com melakukan langkah-langkah perencanaan diantaranya.

Pertama, adalah mengarahkan dan memberikan fokus pada produktifitas pemberitaan. Kedua, mengelola dan menjadikan jaringan pertemanan dalam media online nasional sebagai medium dalam proses perkembangan media Kanalindonesia.com. *Planning* kedua ini ditegaskan oleh direktur

Kanalindonesia.com Welas Arso “*sebagai pengurus PWI ini sangat berpengaruh dalam perkembangan Kanalindonesia.com. Dari bergabung dan menjadi sekretaris PWI ponorogo otomatis selalu komunikasi dengan teman teman pengurus kabupaten lain dan pengurus jatim yang nota bene memiliki berbagai pengalaman di dunia jurnalistik dan manajemen perusahaan media. banyak pengurus PWI Jatim yang sebagai pemilik atau pengelola media online besar, sehingga disini saya banyak bertukar pikiran dan pengalaman. Jaringan komunikasi antar wartawan dari luar kabupaten juga sangat mendukung dalam produktifitas berita, sehingga bisa sampai ke Kantor Sekretariat Presiden*”. Ketiga, media Kanalindonesia.com menerapkan pola-pola yang humanis dengan tidak mengedepankan keuntungan atau profit semata. Pola pola diterapkan tidak murni mengejar profit saja, tapi kita lebih mengedepankan persaudaraan dan pertemanan dengan kawan kawan wartawan luar ponorogo yang ikut membantu ngisi kanalindonesia.com. Media tersebut tidak menekan kepada terkait dengan penghasilan, sehingga mereka tidak merasa terbebani dengan istilahnya setoran (iklan, advetorial dll), tidak dipungkiri cos opsional juga tetap tinggi.

Melihat pemaparan Welas Arso diatas bahwa Kanalindonesia.com menggambarkan sebuah tujuan yang ingin dicapai yaitu media yang humanis dan mencerahkan masyarakat. Apabila dilihat sarana dan prasana yang coba dihadirkan disitu langkah-langkahnya, pertama diatas memfokuskan media dengan produktivitas pemberitaan yang dihasilkan. Kemudian upaya untuk mengembangkan perusahaan dengan menjadikan jejaring relasi dengan individu atau kelompok yang juga bergerak dalam bidang yang sama, langkah ketiga media ini yaitu mendapatkan atensi humanis dari masyarakat dengan tidak hanya mencari profit bagi perusahaan tetapi tetap mengedepankan kebersamaan para karyawan yang bekerja. Sehingga perencanaan manajemen redaksi yang coba ditunjukkan oleh Kanalindonesia.com yaitu menjadi media yang layak dan humanis bagi setiap orang-orang yang bekerja yang pada ujungnya akan menghadirkan media besar, aktual dan terpercaya dan dikenal masyarakat dengan simbolisasi humanis yang dihadirkan.

Pendekatan Organizing Kanalindonesia.com

Organizing atau pengorganisasian dipahami sebagai suatu sistem kerjasama antara dua orang atau lebih yang terjadi melalui pembagian dan pembagian tugas, melalui pembentukan beberapa unit kerja yang menggabungkan kerja menjadi satu unit kerja (Akbar et al., 2021). Garret R. Jones dan Jennifer M dalam Susanto mengutarakan pengorganisasian merupakan adanya suatu proses menetapkan kerja, kemudian otorita dan hubungan dari unit ke unit dalam pekerjaan itu terhubung dari arah keatas maupun horizontal dan dari hal itu menciptakan efektifas dan efisiensi tujuan perusahaan (Susanto, 2022). Prinsip-prinsip pengorganisasian dijelaskan Tanri Abeng 1) *Defining*

Program, perlu adanya identifikasi kegiatan utama, 2) *Grouping Program*, pengelompokan kerja/struktur organisasi, 3) *Asigining Work* alokasi kegiatan, dan 4) *Integrating Work*, memadukan antar pekerjaan.

Pengorganisasian menjadi langkah lanjutan dalam fungsi manajemen dan melibatkan pengorganisasian sumber daya dan kegiatan sehingga tujuan organisasi dapat dicapai secara efektif. Artinya organizing disini berperan sebagai langkah menyatukan antara karyawan dengan program yang sudah ditetapkan dalam perencanaan sebelumnya. Tom Dunchan memiliki beberapa langkah kontribusi perencanaan media dalam rangka menarik pelanggan yang meliputi, mengidentifikasi target media, menentukan tujuan media, menentukan strategi media dan penjadwalan penempatan media (Luthfiah dan Rahma Hidayati, 2021). Aspek tersebut akan berjalan dengan baik apabila dibuktikan dengan data minat eksploratif masyarakat terhadap media terkait Kanalindonesia.com.

Pengorganisasian yang dilakukan oleh Kanalidnonesia.com dikelola oleh masing-masing bidang sesuai dengan jobdesk atau wewenang berdasarkan sumberdaya yang tepat. Kanalindonesia.com dalam proses organizing ini dikelola secara mandiri oleh Welas Arso sebagai direktur dan Titik Lestari sebagai komisaris. Kemudian tenaga profesional dibidang IT dan Jurnalis direkrut dengan profesional dibidangnya. Hal yang terpenting dalam megelola sebuah media ialah menanamkan sikap tanggung jawab, ketelatenan, dan keuletan. Fungsi manajemen komunikasijuga akan dianggap tidak berhasil jika komponen dalam manajemen pengorganisasian tidak dilakukan dengan baik (reni, kiki, 2021).

Keberlangsungan media online supaya tetap hidup dan terus memberikan informasi yang actual kepada masyarakat bukan hanya mengejar rating. Dalam sebuah pemberitaan pokok yang mesti dijaga oleh wartawan ialah kode etik jurnalistik dan UU Pers No 40 tahun 1999 (Pers, 1999). Banyak muncul media online yang pengelola dan pemiliknya tidak memiliki basic jurnalis, mereka berbekal kemampuan IT, yang dikejar rating dan penghasilan dari adsense, mengesampingkan etika jurnalistik. Melihat pemaparan ini Kanalindonesia.com telah berupaya mengorgnizing perusahaannya secara baik dengan menempatkan tenaga profesional pada bidang-bidang yang ada di media.

Pendekatan Actuating Kanalindonesia.com

Upaya yang dilaksanakan supaya dapat mencapai rencana dengan menggunakan berbagai arahan gunanya memotivasi semua karyawan supaya melakukan kegiatan organisasi sesuai dengan peran, tugas, dan tanggung jawab (Arifuddin et al., 2021). Dengan hal tersebut pemimpin redaksi memiliki kendali penuh dan sebagai seorang pemimpin mesti memiliki kemampuan yang baik supaya menciptakan pegelolaan yang optimal bagi media (Dakhi, 2016). Pergerakan dalam Istilah lain yang

disampaikan M. Munir dan Ilaih dalam Susanto(Mohi et al., 2020; Susanto, 2022) yaitu *Tarjih* istilah dalam bahasa agama atau diartikan suatu Langkah-langkah pemberian semangat kerja dengan berbagai cara yang unik kemudian pada akhirnya karyawan dapat melaksanakan pekerjaan dan tanggung jawab dengan. Membentuk dan menyusun hubungan-hubungan antar pekerja sehingga menghadirkan tujuan yang tercapai.

Pelaksanaan satu langkah atau fungsi manajemen melibatkan pelaksanaan rencana, dan pengambilan tindakan yang telah dirancang. Supaya tercapainya tujuan Perusahaan, dan fase ini pemimpin media dan tim bekerja secara aktif dalam menerapkan keputusan dan rancangan yang telah dibuat sebelumnya. Untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan maka memerlukan strategi khusus. Strategi merupakan rencana terpadu yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam berbagai konteks, seperti bisnis, militer, atau organisasi non-profit, strategi melibatkan pemilihan sumber daya dan langkah-langkah tindakan untuk mengarahkan upaya menuju pencapaian tujuan tersebut. Strategi mencakup pemahaman lingkungan eksternal dan internal, serta cara mengoptimalkan kekuatan sumber daya untuk mencapai hasil yang diinginkan.(Dwiputra & Nureni, 2019)

Pada proses ini Kanalindonesia.com menegaskan mereka memiliki strategi khusus yang disusun sendiri supaya menaikkan rating pemberitaan dan melaksanakan tujuan media online yang mereka kelola dengan, *pertama* Kanalindonesia.com mengikuti setiap informasi-informasi pemberitaan terbaru baik di media online maupun media sosial. *Kedua*, Kanalindonesia.com menerapkan aturan atau kaidah media online dengan memperhatikan judul yang akan dibuat kemudian lead dan tag yang harus selaras. *Ketiga*, strategi yang digunakan Kanalidnonesia.com yaitu menempatkan pokok masalah pemberitaan pada alenia pertama. *Keempat*, Kanalindonesia.com selalu menggunakan kata yang unik pada judul, lead dan tag. Strategi Kanalindonesia.com yang *kelima* ialah menjauhkan tulisan dari plagiarism. Dan strategi *keenam* adalah menampilkan konten-konten yang original atau hasil tulisan yang dibuat sendiri supaya menjaga hasil berita tetap dalam rating tinggi. Keenam strategi khusus dari Kanalindonesia.com ini ialah pengarahannya yang diupayakan reguler oleh Welas Arso dalam Kanalindonesia.com, langkah -langkah tersebut mesti dilaksanakan oleh karyawan supaya tercapai tujuan yang telah perusahaan tetapkan.

Pendekatan Controlling Kanalindonesia.com

Pengawasan dan Evaluasi berguna untuk memastikan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai, hal ini tentu melibatkan pemantauan progress yang telah didapatkan kemudian

memabandingkan hasil dengan target dan mengabil tindakan korektif apabila diperlukan. George R. Terry dan Robert N Anthony mengungkapkan bahwa *controlling* merupakan fungsi manajemen yang melibatkan pengukuran kinerja aktual dengan standar yang telah ditetapkan dan pengambilan tindakan korektif jika diperlukan. Ia menekankan pentingnya *feedback* untuk meningkatkan kinerja di masa depan. Anthony menambah dengan menekankan pentingnya pengendalian sebagai suatu siklus berkelanjutan (Dakhi, 2016). Tahapan ini akan memiliki manfaat dalam persahaan, salah satunya ada;ah untuk mengetahui trapakah sumberdaya yang tersedia cukup dan dimaanfaatkan secara efektif dan efisien (Neni Utami, 2023).

Tanri Abeng dalam Susanto memberikan ungkapan bahwa evaluasi yang ia sebut dengan pengendalian merupakan suatu usaha supaya proses rangkaian aktivitas berjalan sebagaimana tujuan yang di maklumkan, ketika tidak sesuai maka dapat diperbaiki dengan semestinya. Dilihat dari defenisinya dua hal yang disampaikan Tanri Abeng dalam controling itu adanya pengawasan dan evaluasi. Ia juga menambahkan terdapat aktivitas disitu diantaranya 1) Membuat standart kerja, 2) Pengukuran Kinerja, 3) Evalusasi 4) Koreksi dan Perbaikan (Susanto, 2022). Terry dan Smith memaparkan controlling merupakan aktifitas supaya mengetahui apakah individu dan organisasi dapat memperoleh dan memanfaatkan sumber pendidikan dengan efektif dan efisien untuk mencapai target yang diinginkan dan memberikan toleransi ketika tidak tercapai(Mohi et al., 2020).

Dari definisi diatas apabila dianalisa dengan apa yang dilakukan oleh media Kanalindonesia.com melalui proses pengawasan dan evaluasi oleh pimpinan media Kanalindonesia.com dilakukan setiap hari oleh direktur untuk melihat rating berita-berita yang telah tayang. Apabila rating berita tidak sesuai dengan rencana maka akan dilakukan pembenahan oleh direktur Kanalindonesia.com. Disamping rating yang menjadi fokus dalam pengawasan terdapat juga pengawasan untuk tingkat persaingan media online. Kanalindonesi.com setelah masa pandemic covid-19 beberapa tahun lalu banyak media cetak yang gulung tikar. Tutupnya media cetak menjadikan banyak wartawan membuka portal media online sendiri. Namun kekurangannya ialah media online yang baru terbentuk tidak memiliki fokus berita dan pengelolalaan media yang masih kurang baik. Misalnya dari media yang tidak terindeks google. Berbeda halnya dengan Kanalindonesia.com memiliki kualitas dalam pemberitaan yang disampaikan kepada masyarakat, karena media ini telah berdiri sejak 8 tahun yang lalu. Kanalindonesia.com juga memiliki redaktur dari berbagai daerah di Jawa, Jawa Timur media ini memiliki 4 orang redaktur, kemudian Jawa Tengah 1 orang redaktur, Jawa Barat 1 orang, Jakarta 1 orang.

CONCLUSION

Setelah mengkaji fenomena pada media Kanalindonesia.com maka penulis menemukan manajemen redaksional Kanalindonesia.com menerapkan pendekatan berdasarkan teori POAC diantaranya. Proses pengelolaan media Kanalindonesia.com mengusung pendekatan planning yang mengarahkan dan memberikan fokus pada produktifitas pemberitaan. Dalam mengelola dan menjadikan jaringan pertemanan dalam media online nasional sebagai medium dalam proses perkembangan media Kanalindonesia.com. Kedua, pendekatan *Organizing* yang dilakukan Kanalindonesia.com yaitu Sebuah media ialah menanamkan sikap tanggung jawab, ketelatenan, dan keuletan.

Keberlangsungan media online supaya tetap hidup dan terus memberikan informasi yang actual kepada masyarakat bukan hanya mengejar rating. Ketiga, pendekatan Accounting dan Strategi khusus, Pertama Kanalindonesia.com mengikuti setiap informasi-informasi pembertitaan terbaru baik di media online maupun media sosial. Kedua Kanalindonesia.com menerapkan aturan atau kaidah media online dengan memperhatikan judul yang akan dibuat kemudian lead dan tag yang harus selaras. Ketiga strategi yang digunakan Kanalidnonesia.com yaitu menempatkan pokok masalah pemberitaan pada alenia pertama. Strategi keempat Kanalindonesia.com selalu menggunakan kata yang unik pada judul, lead dan tag. Strategi Kanalindonesia.com yang kelima ialah menjauhkan tulisan dari plagiarism. Dan strategi keenam adalah menampilkan konten-konten yang original atau hasil tulisan yang dibuat sendiri supaya menjaga hasil berita tetap dalam rating tinggi. Selalu melakukan Proses Controlling, Proses pengawasan dan evaluasi oleh pimpinan media Kanalindonesia.com dilakukan setiap hari oleh direktur untuk melihat rating berita-berita yang telah tayang. Apabila rating berita tidak sesuai dengan rencana maka akan dilakukan pembenahan oleh direktur Kanalindonesia.com.

REFERENCES

- Agisa, M. A., Lubis, F. O., & Poerana, A. F. (2021). Analisis semiotika Roland Barthes mengenai pseudobulbar affect dalam film Joker. *Jurnal ProTVF*, 5(1), 39–56.
- Akbar, K., Hamdi, H., Kamarudin, L., & Fahrudin, F. (2021). Manajemen POAC pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus BDR di SMP Negeri 2 Praya Barat Daya). *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil*

- Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 7(1), 167.
<https://doi.org/10.33394/jk.v7i1.2959>
- Ali Murtadho. (2019). Manajemen Keredaksian di Harian Analisa Medan. *Komunikasi Islamika*, 6 (2).
- Alma Fikhasari dan Gilang. (2019). Peran Media Sosial dalam Manajemen Media Online (Studi Kasus Tirtoid). *Commercium*, 2 (2).
- Arifuddin, M., Fathma Zahrah, S., & Fikhriya Lilis, U. (2021). Planning (Perencanaan) Dalam Manajemenpendidikan Islam. *Ma'alim: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 28–45.
<https://doi.org/10.54471/moderasi.v1i1.4>
- Dakhi, Y. (2016). Implementasi POAC Terhadap Kegiatan Organisasi dalam Mencapai Tujuan Tertentu. *Jurnal Warta*, 53(9), 1679–1699.
- Daulay, I. H., Wahyuni, S., Sulasmi, S., & Hidayat, T. (2023). Controlling Dalam Al-Quran. *Jurnal Dirosab Islamiyah*, 5(2), 490–502. <https://doi.org/10.47467/jdi.v5i2.3074>
- Dwiputra, S. I., & Nureni, R. (2019). Strategi Manajemen Redaksional Koran Tribun Jabar. *E-Proceeding of Management*, Vol.6, No.(1), 1854–1859.
- Ghea dan Djudjur Luciana. (2020). Strategi Manajemen Redaksi Radar Depok.com dalam Menghadapi Persaingan di Era Digitalisasi. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5 (1).
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., & Lubis, R. A. (2022). *Komunikasi massa*. 11(1), 1–10.
- Laksono, P. (2019). Kuasa media dalam komunikasi massa. *Al-Tsiqob (Dakwah Dan Ekonomi)*, 4(2), 49–61.
- Luthfiyah dan Rahma Hidayati. (2021). Perancangan Media Planning Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial dalam Rangka Menarik Minat Pelanggan. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, 13 (2).
- Mohi, W. K., Alkatiri, R., Akbar, Muh. F., & Baruadi, I. S. (2020). *Implementasi Poac Fungsi Manajemen Pada Administrasi Keuangan di Kantor Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato*. XVII(2).
- Monavia Ayu. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentub 212 juta pada 2023*. 3 Februari.

- Monika dan Yohanes. (2019). Makna Standar Kompetensi Wartawan bagi Wartawan Media Online di Kota Kupang. *Communio*, 8 (1).
- Nasution, S. L., Kesuma Ningsih, E. I., Dermawan, W., Jaya, Y. H., & Ritonga, A. A. (2023). Fungsi Manajemen Menurut Al-Qur'an. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 549–560. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.3184>
- Neni Utami. (2023). Penerapan Manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating Dan Controlling) Pada Usaha Dawet Semar Di Kabupaten Blitar. *Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2 (2).
- Nurhalima Tambunan. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Khalayak. *Simbolika*, 4 (1).
- Pers, D. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang*. Dewan Pers.
- Qodriyah, S. L., & Harmonis, F. (2022). Manajemen Media: Implementasi Fungsi Manajemen Redaksional Gontornews.com. *Jurnal Audiens*, 3(3), 131–140. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i3.13823>
- Rahmawati, A. D. (2018). MANAJEMEN PENGORGANISASIAN PROGRAM KURSUS BAHASA ARAB DI PAREKEDIRI. *Journal of Arabic Studies*, 3(1), 70–80.
- Rangga Galura. (2013). Konvergensi Media Online. *Komunikasi*, 2 (2).
- reni, kiki, dan safutra. (2021). Strategi manajemen komunikasi media online cerdas indonesia dalam mengatasi persaingan antar media online. *Common*, 5 (2).
- Retpitasari, E., Bagus Wicaksono, N. R., & Ardhinda, S. D. (2023). Sistem Komunikasi Kepemimpinan Di Pesantren Avissina. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 1(2), 109. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v1i2.7533>
- Ridwan, A. (2019). Implementasi Fungsi Planning di Sekolah dalam Kerangka Manajemen Pendidikan Islam. *Indonesian Journal of Islamic Educational Management*, 2(2), 71. <https://doi.org/10.24014/ijiem.v2i2.7932>
- Riesma, Dadang Rahmat, dan A. B. (2021). Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam Penulisan Berita Kriminal pada Media Online Infobekasi.co.id. *Kajian Jurnalisme*, 4 (2).

- Salma dan Faisal. (2022). Manajemen Media: Implementasi Fungsi Manajemen Redaksional Gontornews.com. *Audiens*, 3 (3).
- Stifani Realdi. (2018). Manajemen Redaksional Rubrik Zetizen Riau Pos dalam Menarik Minat Baca pada Remaja di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*, 5 (1).
- Sugeng Pujileksono. (2016). *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Instans Publishing, Ed.).
- Susanto, A. (2022). Penerapan Prinsip POACE (Planning, Organizing, Actuating, Controlling, Evaluation) dalam Pemberdayaan Masyarakat. *INTELEKSLA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 4(2), 293–312.
<https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v4i2.211>
- Syamsul Arifin. (2018). Manajemen Redaksional Portal Berita Online dalam Mengelola Media Sosial Sebagai Sarana Promosi. *Communication*, 9 (2).
- Syarifah Rahmah, Z. (2017). Analisis Konsep-Konsep Dasar Manajemen Berbasis Al-Qur'an dan Relevansinya dengan Manajemen Pendidikan Islam. *Jurnal Pionir*, 8(1), 32.
- Yayat M. Herujito. (2001). *Dasar-Dasar Manajemen* (PT. Grasindo, Ed.).
- Yuwita, N. (2018). Representasi Nasionalisme Dalam Film Rudy Habibie (Study Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Jurnal Heritage*, 6(1), 1689–1699.