

MANAJEMEN REDAKSI BERITA PADA EMTEK GROUP BIRO JAWA TIMUR

Lailatul Isnaiyah

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Surabaya

lailatulisnaiyah@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Banyaknya kelebihan televisi dibandingkan media massa lain menjadi penyebab keberadaan televisi di Indonesia sampai saat ini masih cukup eksis. Tingginya minat masyarakat inilah yang kemudian menyebabkan munculnya banyak industri pertelevisian. Dalam keadaan yang sedemikian, televisi lokal yang diharapkan mampu menyampaikan informasi-informasi keaderahan yang sangat bermanfaat bagi masyarakat setempat memiliki tantangannya tersendiri karena harus bersaing dengan televisi nasional. Emtek Group Biro Jawa Timur adalah lembaga yang berhasil membuat dua media televisi lokal di bawahnya bersaing dengan televisi nasional melalui manajemen redaksinya. Hal inilah yang membuat penelitian ini penting untuk dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembuatan *soft news* pada kegiatan redaksi Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi Jawa Timur digunakan sebagai alat utama membentuk ikatan emosional dengan khalayak dengan memasukkan sebagian besar nilai krusial yang telah ditetapkan oleh Emtek Group Jawa Timur. Selain itu ada peran Emtek Group Pusat dalam mempromosikan Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi Jawa Timur melalui penayangan berita-berita dari Jawa Timur di kanal Youtube Indosiar dan Liputan6.com. Yang terakhir, ada pembagian peran dan komunikasi yang fleksibel antara Ketua dan Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur sebagai bagian dari pengontrolan redaksi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pelaku televisi lokal lain agar mampu bersaing dengan televisi nasional.

Kata Kunci: Emtek Group, Manajemen, Redaksi,

Abstract

The advantages of television compared to other mass media made television still exist until today in Indonesia. The high demand from people causes many television industry to appear. In this condition, local television that hoped to spread local information to people in its area have its own challenge to compete with national television. Java east branch of emtek group is the one that manages to create two local television to compete against national television through its editorial management. This what makes the research is needed to be made. This research will be using descriptive qualitative approach. Data gathering will be using interview and observation. The results showed that the making of soft news in the editorial activities of the Morning Focus and Liputan 6 Pagi East Java was used as the main tool to form emotional bonds with the audience by including most of the crucial values that had been set by the East Java Emtek Group. In addition, there is the role of the Central Emtek Group in promoting the Morning Focus and Liputan 6 Pagi East Java through broadcasting news from East Java on the Indosiar and Liputan6.com Youtube channels. Finally, there is a division of roles and flexible communication between the Chair and Deputy Chairperson of the East Java Bureau of Emtek Group as part of editorial control. This research is expected to be a reference for other local television actors to be able to compete with national television.

Keyword: Emtek Group, Management, Editorial

PENDAHULUAN

Keberadaan televisi di Indonesia sampai saat ini pada dasarnya dapat dikatakan masih cukup eksis. Hal ini disebabkan karena televisi memiliki beberapa kelebihan dibandingkan media lainnya (Munajar, 2017). Permana, *et al* (2019) mengatakan salah satu kelebihan televisi dibandingkan media lainnya adalah dalam bidang informasi, televisi dinilai lebih atraktif dan lebih aktual. Aktualitas ini ditunjukkan misalnya jika dibandingkan dengan media cetak yang baru bisa menerbitkan sebuah berita keesokan hari setelah berita itu muncul, televisi justru bisa menayangkan berita itu pada saat itu juga (Triwardani, 2012)..

Selain itu, kelebihan lain televisi adalah pada fitur audio visual yang bisa diberikan secara bersamaan (Setiawan, 2016). Dibandingkan dengan media cetak yang hanya bisa memberikan fitur visual, atau dibandingkan dengan radio yang hanya memberikan fitur audio, televisi dinilai lebih menarik dibandingkan keduanya. Televisi dalam tayangannya juga memberikan hiburan dan informasi yang lebih banyak dan variatif dibandingkan media massa lain (Pala, 2017).

Kelebihan televisi dibandingkan media massa yang lain inilah yang kemudian membuat televisi tetap diminati oleh masyarakat Indonesia. Tingginya minat masyarakat untuk menonton televisi ini kemudian menimbulkan banyaknya industri pertelevisian di Indonesia. Di tengah-tengah persaingan antar televisi ini, televisi lokal memiliki tantangannya tersendiri (Ri'aeni & Sulistiana, 2017).

Televisi lokal seharusnya dapat digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi seputar daerahnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat melalui tayangan-tayangannya (Fadhilah, 2016). Namun demikian, agar televisi lokal bisa mendapatkan perhatian dari masyarakat, perlu adanya upaya tersendiri karena menghadapi persaingan informasi dan kemenarikan dari televisi nasional lain (Primasanti, 2009).

Emtek Group Biro Jawa Timur adalah salah satu perusahaan media massa lokal yang dinilai berhasil mengatasi persaingan ini. Perusahaan ini membawahi dua media massa lokal yaitu, Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi. Keduanya selalu memberikan informasi-informasi yang terjadi di Jawa Timur kepada masyarakat.

Liputan 6 SCTV telah mendapatkan banyak penghargaan sejak 2001 mulai dari nominasi program berita televisi ngetop sampai berita terfavorit. Begitupun dengan Fokus indosiar, program berita fokus juga salah satunya telah mendapatkan penghargaan Panasonic Gobel Award untuk presenter Talkshow berita terfavorit. Penghargaan yang telah didapat oleh kedua program berita emtek group telah mencatatkan nama liputan 6 dan fokus sebagai pilihan program berita yang layak untuk ditonton oleh masyarakat.

SCTV biro Jawa Timur sendiri merupakan stasiun televisi yang hanya fokus pada program berita saja. Program tersebut yakni “Liputan 6 Pagi Jawa Timur” yang merupakan program berita yang memuat kejadian dan peristiwa yang terjadi di wilayah Jawa Timur mulai dari *hard news* sampai dengan *soft news* dan dirangkum sesuai slogannya “Aktual, Tajam Dan Terpercaya”. Program ini disiarkan setiap hari Senin sampai Jumat dengan durasi satu jam dimulai pukul 5 pagi sampai pukul 6 pagi waktu Indonesia bagian barat (WIB).

Sedangkan Indosiar biro Jawa Timur memiliki program berita “Fokus pagi Daerah”, Program berita ini juga disiarkan setiap hari Senin sampai Jumat dengan durasi selama satu jam mulai pukul 5 pagi WIB sampai pukul 6 pagi WIB. Sama halnya dengan Liputan 6 Pagi Jawa Timur, Fokus Pagi daerah juga memuat berita mulai dari *hardnews* sampai *softnews*.

Kedua media yang merupakan bagian dari Emtek Group Biro Jawa Timur ini layak untuk diteliti karena memiliki beberapa bukti keberhasilan bersaing dengan televisi nasional. Misalnya saja Liputan 6 Pagi Jawa Timur pernah mendapatkan Piagam Walikota Surabaya dalam kompetisi Karya Jurnalis Anugerah Pahlawan Ekonomi Surabaya pada tahun 2017. Sementara Fokus Pagi juga pernah mendapatkan juara 1 kompetisi Karya Jurnalistik Media Televisi pada tahun 2020. Selain itu, dalam portal liputan6.com pada tanggal 20 Maret 2017 diberitakan KPID Jawa Timur secara khusus meminta Emtek Jawa Timur untuk berbagi pengalaman dengan televisi lokal lainnya karena memiliki reputasi yang kuat di Jawa Timur.

Keberhasilan Emtek Group Biro Jawa Timur mengelola media massa lokal ini tidak luput dari keberhasilan manajemen redaksinya. Menurut

Awaluddin & Hendra (2018), manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Sedangkan Redaksi sendiri adalah suatu bagian terpenting dalam organisasi media massa yang tugas pokoknya mengelola isi atau acara media massa baik cetak maupun elektronik (Murtadho, 2019). Secara umum redaksi mempunyai tugas dan wewenang untuk pengadaan, pengelolaan, penampilan dan penyusunan komposisi naskah sesuai dengan misi media tersebut (Fitria, 2016).

Dalam dunia pemberitaan, bidang redaksi merupakan bagian yang memiliki pengaruh penting atau ujung tombak media pemberitaan (Fazransyah, 2014). Hal itu disebabkan karena pada bagian redaksi naskah atau isi berita dikelola sedemikian rupa secara maksimal oleh tim redaksi agar dapat menghasilkan berita yang baik dan layak untuk disampaikan kepada khalayak (Cholis & Wardhana, 2018). Oleh karena itu, kegiatan redaksi membutuhkan pengelolaan manajemen redaksi yang baik agar dapat menghasilkan berita yang baik dan optimal dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada (Hidayat, 2015).

Salah satu teori manajemen yang dapat digunakan untuk menganalisis manajemen redaksi pertelevisian menurut adalah teori manajemen Luther M. Gullick dimana ada empat tahapan manajemen, yaitu: *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Staffing* (Penyusunan Pegawai), *Directing* (Pengarahan), *Coordinating* (Koordinasi), *Reporting* (Pelaporan), *Budgeting* (Pembuatan Anggaran), *Controlling* (Pengawasan).

Yang pertama adalah *Planning* atau perencanaan. Haryanti (2014) menjelaskan bahwa: "Perencanaan adalah keseluruhan proses perkiraan dan penentuan secara matang hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan". Jadi berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang tujuannya membahas tentang segala sesuatu yang akan dilakukan oleh karyawan nantinya sehingga tugas yang dikerjakan oleh para karyawan bisa terarah dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Yang kedua adalah *Organizing* atau pengorganisasian. Nadin & Ikhtiono (2019)

menjelaskan bahwa, pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelempokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab dan wewenang yang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian yang telah ditentukan.

Jadi berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian adalah pengelompokan karyawan berdasarkan tugasnya masing-masing sehingga setiap karyawan memiliki tugasnya sendiri-sendiri.

Yang ketiga adalah *Staffing* atau penyusunan pegawai. Menurut Rifki & Jaka (2016), setiap organisasi perlu memastikan bahwa semua fungsi masing-masing pegawai berjalan dengan lancar dan membentuk situasi pekerjaan yang menyenangkan. Yang keempat adalah *Directing* atau pengarahan. Dalam hal ini pemberian arahan atau perintah langsung kepada para anggota organisasi untuk melakukan suatu kegiatan.

Yang kelima adalah *Coordinating* atau koordinasi. Dalam suatu organisasi dengan multi divisi perlu melakukan koordinasi atau sinkronisasi agar kegiatan organisasi secara keseluruhan saling terhubung. Yang keenam adalah *Reporting* atau pelaporan. Bawahan harus melaporkan kegiatan-kegiatan mereka kepada pimpinan, sehingga pimpinan dapat mengetahui situasi dan kondisi masing-masing divisi. Yang ketujuh adalah *Budgeting* atau pembuatan anggaran. Dalam hal ini anggaran memiliki posisi yang penting agar semua kegiatan dalam organisasi dapat berjalan dengan lancar.

Yang terakhir adalah *Controlling* atau pengawasan. Menurut Abdullah, *et al* (2018), pengawasan dapat didefinisikan sebagai "Proses mengikuti perkembangan kegiatan untuk menjamin jalannya pekerjaan, dengan demikian dapat selesai secara sempurna sebagaimana yang direncanakan sebelumnya, dengan pengoreksian beberapa pemikiran yang saling berhubungan.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa pengawasan dilakukan agar tugas yang dikerjakan oleh karyawan sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya sehingga meminimalisir terjadinya kesalahan yang dilakukan.

METODE

Penelitian ini mengacu pada penelitian jenis kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ada dua cara yakni wawancara dan observasi. Narasumber wawancara dalam penelitian ini adalah Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dan Ketua Produser Fokus Jawa Timur. Wawancara dilakukan selama kurang lebih dua bulan dari bulan November 2019 sampai Januari setiap hari sesuai jam kerja yakni dari pukul 14:00 WIB sampai 20:00 WIB. Adapun observasi dilakukan dengan melihat langsung proses redaksi di kantor Fokus Pagi dan Liputan 6 Jawa Timur, serta melihat langsung kanal-kanal Youtube seperti Indosiar dan Liputan6.com yang ada kaitannya dengan manajemen redaksi Emtek Group Biro Jawa Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Soft News Sebagai Alat Utama Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi Membentuk Ikatan Emosional Dengan Khalayak

Pada dasarnya berita adalah sesuatu yang menjadi inti kegiatan redaksi yang dilakukan oleh Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi yang merupakan dua media di bawah Emtek Group Biro Jawa Timur. Karena itu, kegiatan pemberitaan yang mereka kelola bukan hanya harus memenuhi kriteria-kriteria yang telah mereka tetapkan, namun juga harus dapat menjadi alat mereka menggapai tujuan yang telah mereka tetapkan.

Tujuan utama yang dikemukakan narasumber dalam penelitian ini mengenai kegiatan pemberitaan adalah bagaimana berita-berita tersebut dapat membentuk ikatan emosional antara Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi dengan khalayak. Baik bagi Fokus Pagi maupun Liputan 6 Pagi, merasa ikatan emosional khalayak sangat penting untuk mereka dapatkan. Hal itu disebabkan karena dengan adanya ikatan emosional, akan tercipta loyalitas pada diri khalayak. Dengan demikian, berita-berita yang ditayangkan oleh dua media tersebut tetap selalu ada penontonnya dan diharapkan dengan begitu rating dua media tersebut dapat bersaing dengan siaran-siaran nasional lain.

Setidaknya ada 9 nilai yang dianggap harus ada dalam sebuah berita menurut Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi untuk menarik perhatian khalayak dan menciptakan ikatan emosional, yaitu:

1. *Magnitude*

Dalam penelitian ini, Emtek Group Biro Jawa Timur menganggap setiap berita yang

diproduksi harus memiliki *magnitude*. Artinya, berita tersebut dapat menarik perhatian khalayak, mempengaruhi mereka agar mau memperhatikan atau menyimak berita yang ditayangkan. Biasanya, berita dengan nilai seperti ini adalah berita yang sedang menjadi isu publik, baik secara lokal maupun nasional. Contoh berita dengan nilai seperti ini adalah berita tentang kenaikan harga BBM.

2. *Significance*

Nilai berita kedua yang dinilai penting oleh Emtek Group adalah *significance* atau kepentingan. Berita yang diproduksi harus menyangkut kepentingan orang banyak. Emtek Group memasukkan nilai ini, karena menurut mereka, khalayak cenderung loyal dalam menyaksikan berita ketika berita yang ditayangkan menyangkut kepentingan dirinya. Contoh berita yang mengandung nilai ini adalah wabah penyakit dan kenaikan harga sembako.

3. *Timeliness*

Nilai berita *timeliness* disebut juga *actuality*, *immediacy*, dan *newnews* yang artinya kebaruan. Kebaruan adalah sesuatu yang terbaru. Presiden yang baru dilantik, walikota yang baru diangkat, artis yang baru melahirkan, pejabat yang baru masuk penjara, semua itu merupakan peristiwa bernilai berita. Semakin aktual sebuah berita, semakin tinggi pula nilai berita tersebut. Terdapat tiga kategori aktual: Aktual kalender – contoh peringatan hari besar nasional, Aktual waktu – contoh quick count hasil pemilihan, Aktual masalah — contoh kasus pembunuhan yang belum terungkap.

4. *Proximity*

Nilai berita kedekatan yaitu kedekatan peristiwa terhadap khalayak secara geografis, psikologis, dan ideologis. Geografis – lokasi kejadian. Psikologis – keterikatan budaya (kultural), pikiran, perasaan, kesukaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita. Ideologis – kedekatan keyakinan, sama-sama Muslim misalnya. *Prominence* atau ketokohan. Peristiwa yang melibatkan *public figure*, artis, pejabat, atau idola masyarakat selalu menarik. Semakin terkenal seseorang, maka beritanya akan semakin bernilai.

5. *Impact*

Semakna dengan nilai berita nomor 1 dan 2. Seberapa besar dampak suatu kejadian; seberapa banyak orang yang terkena dampak, seberapa luas,

seberapa lama pula dampak tersebut dirasakan. Semakin besar dampak dari suatu peristiwa, maka akan semakin tinggi pula nilai beritanya, misalnya banjir, terorisme, atau kejadian berdampak luas lainnya.

6. Conflict

Peristiwa ketegangan, perang, kericuhan, selalu menarik, termasuk konflik antara artis atau politisi dan konflik antarnegara.

7. Human Interest

Peristiwa yang menyentuh perasaan kemanusiaan (*human touch*), misalnya perbudakan dan penganiayaan, perjuangan bangsa yang masih dijajah (Palestina), atau peristiwa apa pun yang dapat menimbulkan efek emosi dan menimbulkan simpati.

8. Unusualness

Disebut juga *oddity*, *uniqueness*. Keluarbiasaan, keunikan, ketidaklaziman, ketidakumumam. Hal yang unik, tidak lazim, aneh, tidak biasa. Manusia cenderung ingin tahu tentang segala hal yang unik dan aneh. Hal-hal yang belum pernah atau tak bias ditemui dalam kehidupan sehari-hari dan menarik perhatian. Anjing menggigit orang itu biasa, tapi orang menggigit anjing itu luar biasa alias aneh. Seorang wanita melahirkan bayi kembar lima juga unik.

9. Sex

Ada ungkapan, semua tulisan/berita membosankan, kecuali tentang seks. Peristiwa seksual selalu menarik karena menyangkut salah satu kebutuhan dasar dan fitrah manusia. Contohnya perkosaan, perselingkuhan, prostitusi, pelecehan, dan tindakan asusila lainnya.

Pada dasarnya, kesembilan hal tersebut oleh Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi berusaha untuk disematkan diberbagai jenis berita yang mereka produksi. Namun, menurut pengakuan Ketua Fokus Pagi, sepuluh nilai berita itu sebagian besar dapat ditemukan dalam *soft news*. Itu sebabnya kemudian baik oleh Fokus Pagi maupun Liputan 6 Pagi, *soft news* memiliki fungsi yang lebih spesial yaitu sebagai alat pembentuk ikatan emosional dengan khalayak. Seperti yang dikatakan oleh Ketua Fokus Pagi dalam kutipan wawancara berikut:

“Sembilan nilai itu sebenarnya sebagian besar bisa kita letakkan pada *soft news*. Karena *soft news* itu kan kita punya banyak waktu. Beda dengan *Hard News*. Berita itu kadang adanya mendadak. Misalnya hari ini tiba-tiba ada berita tentang penangkapan siapa begitu, kita kan harus dapat cepat. Kalau *soft news*, kita bisa merencanakan. Kita ambil sisi ininya. Kita punya banyak waktu untuk melakukan itu, sehingga kita bisa memasukkan lebih banyak nilai-nilai yang tadi di berita tersebut.”

Jadi dari kutipan wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa alasan media seperti Fokus Pagi lebih banyak meletakkan kesembilan nilai krusial ke dalam berita *soft news* adalah karena proses pengambilan beritanya lebih leluasa daripada berita *hard news*. Hal ini senada dengan pengakuan dari Ketua Emtek Biro Jawa Timur yang mengatakan bahwa penayangan berita di Fokus dan Liputan 6 Pagi tidak bisa kaku, meskipun sudah tersusun jadwalnya, karena terkadang peristiwa yang tiba-tiba terjadi dimana berita tersebut pada dasarnya adalah *hard news* yang dirasa lebih menarik daripada berita yang sudah disiapkan. Berikut adalah kutipan wawancara dengan Ketua Biro Emtek Group Jawa Timur:

“Katakanlah kita sudah main nih. Main seperti rencana. Telur itik. Besok kita masih main telur ya. Tolong ke peneliti. Ahli Gizi. Tolong ke warga. Ke warga yang memang dia itu sudah rutin mengonsumsi telur ayam. Untuk keluarganya. Selama ini dia ada keluhan gak. Kita itu sudah sepatok malam ini. Karena itu update kan. Nah, besok pagi, misalkan ada peristiwa yang lebih nasional. Yang lebih kuat. Contohnya apa, misalnya yang kemarin. Ketua partai tertangkap tangan narkoba misalkan. Atau tertangkap tangan menerima suap. Nah, itu yang tadinya telur itu geser.”

Jadi pada dasarnya, *soft news* adalah jenis berita yang menjadi keunggulan tersendiri bagi Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi. Karena *soft news* dapat dimasuki banyak nilai-nilai yang menjadi misi dari Emtek Group Jawa Timur dalam upayanya membentuk ikatan emosional dengan khalayak. Walaupun, dalam prakteknya bukan hanya *soft news* saja yang diproduksi, tapi juga berita *hard news*.

Adapun secara teknis, sebenarnya tidak jauh berbeda dengan teknis pembuatan *soft news* di media-media lain. Pembuatan dimulai dengan perencanaan.

Tahapan ini dilakukan dengan melakukan rapat redaksi, kemudian membahas topik apa yang akan diangkat dalam *soft news*, siapa kontributornya, dan kapan akan ditayangkan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa rapat koordinasi ini dihadiri baik oleh Fokus Pagi maupun Liputan 6 Pagi. Pada dasarnya kedua media ini sama dibawah naungan Emtek Group Jawa Timur dan menayangkan berita yang sama setiap hari. Yang membedakan hanya urutan penayangannya saja. Fokus Pagi lebih dulu menampilkan *hard news* baru *soft news*, sementara Liputan 6 Pagi kebalikannya.

Adapun mengenai topik yang akan diangkat dalam *soft news*, pada dasarnya pihak Emtek Group Biro Jawa Timur menyadari semua daerah di Jawa Timur memiliki potensi kedaerahan yang dapat digunakan untuk membuat *soft news*. Karena setiap daerah memiliki budaya, adat, seni dan peristiwa keadaerahannya tersendiri yang unik. Budaya-budaya serta peristiwa-peristiwa yang bersifat kedaerahan inilah yang dinilai pihak Emtek Group Biro Jawa Timur dapat mendekatkan mereka kepada khalayak. Jadi dalam hal ini unsur nilai *proximity* menjadi daya tarik awal dalam pembuatan *soft news*. Setelah *proximity* didapatkan, baru akan diikuti unsur-unsur lainnya berupa *human interest*, dan *unsualness*.

Selain memasukkan ketiga unsur tersebut, untuk mendapatkan unsur *magnitude* dan *significance*, *soft news* yang diproduksi akan mencoba dikaitkan dengan isu-isu kontemporer yang bersifat filosofis jika berhubungan dengan penggalian makna suatu budaya, dan dikaitkan dengan pemecahan suatu masalah misalnya solusi alternatif masalah perekonomian jika sedang mengangkat *soft news* tentang suatu kegiatan ekonomi. Jadi memang *soft news* ini dapat dimasuki sebagian besar nilai dari total 9 nilai krusial yang telah ditetapkan oleh pihak Emtek Group.

Setelah semua rancangan tentang pembuatan *soft news* ini disetujui, Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur kemudian akan menghubungi kontributor di daerah yang disepakati untuk melakukan proses peliputan. Namun meski demikian, Emtek Group Jawa Timur, termasuk di dalamnya Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi, juga memiliki kendala yang berarti dalam produksi berita. Menurut hasil penelitian, kendala utama Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi adalah jumlah kontributor yang masih terbilang sedikit. Keterbatasan jumlah kontributor ini menyebabkan Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi tidak dapat memiliki berita yang variatif.

Dalam wawancara, Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur mengatakan bahwa kontributor mereka tersebar di 38 kota dan kabupaten di Jawa Timur. Setiap hari mereka mengirimkan berita-berita yang menurut mereka bagus dan layak untuk diberitakan. Berikut adalah kutipan wawancara dengan Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur:

“Kita juga melihat berita-berita lain yang peristiwa dari seluruh kontributor yang ada di Jawa Timur. Jadi seluruhnya itu ada 38 kota dan kabupaten di Jawa Timur, itu setiap hari teman-teman di wilayah itu mengirimkan berita yang bagus-bagus yang menurut mereka layak untuk diberitakan.”

Meskipun Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dalam wawancara mengatakan bahwa kontributor mereka tersebar di 38 Kota dan Kabupaten, namun pengakuan dari Ketua Produser Fokus mengatakan bahwa kontributor mereka secara total hanya 30 orang.

Jumlah sedemikian dinilai masih kurang mengingat luasnya wilayah Jawa Timur, sehingga variasi dan mutu berita yang dihasilkan dari para kontributor juga menjadi terbatas. Apalagi, dari hasil penelitian diketahui bahwa dari 30 kontributor tersebut, tidak semua akan mengirimkan berita setiap hari, sehingga sumber berita menjadi sangat terbatas.

Selain keterbatasan kontributor, dari hasil penelitian diketahui bahwa Emtek Group Biro Jawa Timur juga memiliki hambatan lain seperti kurangnya karyawan, waktu dalam proses seleksi berita, dan biaya, sehingga dari 20 sampai 25 berita yang disetorkan dari 30 kontributor, hanya dipilih 10 berita saja, meskipun seharusnya ada 16 berita. Seperti yang dikatakan oleh Ketua Produser Fokus dalam kutipan wawancara berikut:

“Diantara 30 kontributor yang ngirim, itu dari 30 setiap hari juga gak ngirim. Paling yang ngirim Cuma 20, 25, berita yang masuk ke redaksi dipilih lagi yang layak tayang dan sesuai kebutuhan pemirsa per hari ini atau besok yang kita mau tampilkan, itu cuman 10 item. 6 yang rerun. Rerun itu berita ulangan dari atas di susun lagi ke bawah. Kalau standarnya sih memang 16. Tapi karena keterbatasan waktu sama biaya, sama tenaga di biro sendiri. Karena di biro sendiri cuma ada 9 orang. Dipilih-pilih jadi Cuma 10 item.”

Sayangnya, dari hasil penelitian diketahui belum ada solusi konkrit dari Emtek Group Biro Jawa Timur dalam memecahkan masalah tentang jumlah kontributor ini. Padahal, jumlah dan kualitas kontributor ini penting untuk diperhatikan. Semakin banyak kontributor, semakin banyak potensi berita bagus didapatkan.

Jika dianalisis menggunakan teori manajemen milik Luther M. Gullick, pada bagian ini terdapat unsur *planning*, *organizing*, *directing*, dan *coordinating*. *Planning* atau perencanaan dan *coordinating* atau koordinasi dalam tahapan ini dapat dilihat ketika Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi melaksanakan rapat redaksi untuk merencanakan dan mengkoordinasikan topik *soft news* apa yang akan diangkat, dari daerah mana, siapa kontributornya, dan kapan ditayangkan.

Sementara *organizing* atau pembagian tugas dan *directing* atau pemberian arahan dalam tahapan ini dapat dilihat ketika perencanaan sudah disetujui semua divisi dan kemudian Ketua Emtek Group Jawa Timur memberikan arahan kepada kontributor yang ditunjuk untuk melakukan proses peliputan.

Peran Emtek Group Pusat Sebagai Alat Promosi Dalam Redaksi Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi Jawa Timur

Kegiatan redaksi, selain untuk membentuk ikatan emosional dengan khalayak, namun juga digunakan oleh Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi Jawa Timur sebagai alat promosi kedua media tersebut. Promosi ini sangat penting bagi kedua media tersebut karena promosi menjadi salah satu bentuk upaya kedua media memberikan kesadaran kepada masyarakat bahwa kedua media tersebut masih ada, dan masih layak untuk dikonsumsi.

Dari hasil penelitian, diketahui promosi yang pertama kali dilakukan oleh Emtek Group Jawa Timur adalah dengan melibatkan Emtek Group Pusat. Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dalam wawancara mengatakan bahwa promosi langsung pada awal-awal Emtek Group Jawa Timur adalah melalui komunikasi dari Emtek Group Pusat. Misalnya saja dicontohkan, ketika waktu masuk tayangan lokal akan hadir, presenter dari Emtek Group Pusat akan melakukan transisi dengan memberitahukan kepada khalayak bahwa pada jam sekian akan menyaksikan liputan-liputan lokal. Berikut adalah cuplikan wawancara dengan Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur:

“Jadi dari jam 4.30, itu masuk siaran nasional. Masuk jam 5 pagi, langsung masuk lokal. Nah. untuk interval atau untuk penjembaran, itu tim Jakarta, presenter Jakarta akan memberikan klu bahwa mengatakan, “pemirsa setelah jeda iklan berikut ini, bagi anda yang berada di wilayah-wilayah Surabaya, Jogja, dan wilayah Indonesia di sejumlah daerah akan menyaksikan liputan-liputan dari daerah masing-masing. Seperti itu. Jadi dari nasional. Kemudian ke iklan. Setelah jeda iklan itulah, selesai kemudian masuk siaran lokal. Seperti itu teknisnya.”

Selain itu, Emtek Group Jawa Timur juga berkoordinasi dengan Emtek Group Pusat melakukan kegiatan promosi secara tidak langsung melalui kanal Youtube yang merupakan bagian dari Emtek Group Pusat, misalnya saja kanal Youtube Indosiar dan Liputan6.com. Dalam kanal Youtube tersebut dapat dilihat misalnya pada tanggal 14 Februari 2019 menampilkan liputan berita tentang peristiwa pelantikan Khofifah Indar Parawansa menjadi Gubernur Jawa Timur yang dilakukan oleh Presiden Joko Widodo. Ada juga pada tanggal 14 Januari 2019 ditayangkan liputan tentang peristiwa seorang pengendara sepeda motor yang mengajak duel polisi karena terkena Tilang.

Berita-berita yang ditampilkan oleh kanal-kanal Youtube Emtek Group Pusat tersebut adalah berita-berita yang diproduksi oleh Emtek Group Jawa Timur seperti Fokus Pagi Jawa Timur dan Liputan 6 Pagi Jawa Timur. Rekaman liputan tersebut setelah ditayangkan di televisi kemudian ditayangkan ulang di kanal-kanal Youtube tersebut. Namun penayangan di kanal-kanal Youtube tersebut tidak dilakukan begitu saja oleh Emtek Group Jawa Timur, namun dilakukan oleh Emtek Group Pusat sepenuhnya. Jadi dari Emtek Group Jawa Timur hanya mengirimkan rekaman liputan mereka, setelah itu pihak Emtek Group Pusat akan menyeleksi berita mana saja yang akan ditayangkan di kanal Youtube mereka dan mana yang tidak akan ditayangkan.

Dengan sistem penayangan berita-berita lokal di Jawa Timur pada kanal Youtube media di Emtek Group Pusat, secara tidak langsung akan memberikan kesan pada khalayak bahwa Fokus dan Liputan 6 Pagi juga menampilkan berita-berita lokal yang diproduksi oleh Fokus dan Liputan 6 Pagi Jawa Timur, dimana berita-berita yang dihasilkan juga tidak kalah menarik dengan berita-berita yang ada di pusat. Dengan demikian diharapkan berita-berita seperti Fokus Pagi Jawa Timur dan Liputan 6 Pagi

Jawa Timur tidak sepi penonton dan meningkatkan rating mereka.

Masih dalam rangka menggunakan redaksi sebagai alat promosi, Emtek Group Jawa Timur diketahui juga mengikuti beberapa perlombaan jurnalisme untuk mendongkrak populerisme mereka. Dari hasil wawancara dengan Ketua Produser Fokus Pagi Jawa Timur, diketahui bahwa Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi pernah mengikuti beberapa perlombaan, diantaranya Juara 1 kompetisi yang diadakan oleh Persatuan Wartawawan Indonesia (PWI) yang meliput berita pahlawan ekonomi, Juara 1 sebanyak 2 kali di Pemerintahan Kota (Pemkot) Surabaya ketika masa jabatan Walikota Risma, dan Juara 3 kompetisi Sampurna Award. Berikut adalah kutipan wawancara dengan Ketua Produser Fokus Pagi Jawa Timur:

“Kita banyak memenangi beberapa kompetisi, misalnya menang PWI, Juara 1 di Pemkot 2 kali waktu BU Risma, lomba nasional Sampurna Award juara 3.

Penghargaan-penghargaan yang didapatkan tersebut kemudian ditayangkan di Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi. Lalu juga ditayangkan di kanal-kanal Youtube seperti Indosiar dan Liputan6.com. Penayangan ini berguna untuk “unjuk gigi” dari Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi Jawa Timur kepada khalayak, agar mereka mengetahui bahwa kedua media tersebut mampu menghasilkan berita-berita yang berkualitas yang diakui melalui perlombaan. Dengan demikian harapannya terjadi peningkatan kepercayaan kredibilitas berita pada khalayak dan meningkatkan loyalitas mereka untuk mengonsumsi berita-berita dari Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi Jawa Timur.

Dari data-data tersebut dapat dipahami betapa krusialnya pelibatan Emtek Group Pusat dalam kegiatan promosi menggunakan berita-berita yang diproduksi oleh Emtek Group Jawa Timur. Dari hasil penelitian diketahui pelibatan ini tidak serta merta terjadi begitu saja, melainkan harus melewati serangkaian komunikasi antara Emtek Group Jawa Timur dengan Emtek Group Pusat.

Emtek Group Pusat karena keluasan jaringannya, terkadang lebih cepat mengetahui perkembangan peristiwa di daerah-daerah seperti di Jawa Timur, sehingga terkadang Emtek Group Pusat memberikan mandat secara langsung kepada Emtek Group Jawa Timur untuk meliput suatu kejadian. Selain itu, dalam satu bulan antara Emtek Group Jawa Timur dengan Emtek Group Pusat melakukan

rapat koordinasi dan evaluasi, sehingga dengan demikian akan terjadi pertukaran pikiran dan berusaha memunculkan alternatif solusi atas suatu permasalahan dalam proses redaksi.

Dalam tahapan ini, jika dianalisis menggunakan teori Luther M. Gallick, terdapat unsur *directing*, *coordinating*, dan *reporting*. Ketiga unsur ini dapat dilihat ketika Emtek Group Jawa Timur melaksanakan rapat dengan Emtek Group Pusat dalam kaitannya menunjang kegiatan promosi. Untuk mendapatkan berita yang bagus sehingga dapat dijadikan bahan promosi, Emtek Group Pusat tidak jarang memberikan perintah langsung kepada Emtek Group Jawa Timur untuk melakukan peliputan suatu kejadian.

Dalam rapat tersebut Emtek Group Jawa Timur juga melakukan koordinasi mengenai beberapa kebijakan dengan Emtek Group Pusat, serta pelaporan atau evaluasi atas kegiatan-kegiatan yang dijalankan selama ini oleh Emtek Group Jawa Timur sebagai bentuk tanggung jawab mereka.

Fleksibilitas Komunikasi Oleh Ketua dan Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur Sebagai Kunci Mengontrol Proses Redaksi

Dalam proses manajemen redaksi Emtek Group Biro Jawa Timur, diketahui bahwa di dalamnya ada proses pengontrolan juga, agar jalannya proses redaksi lancar dan tidak meminimalisir kemungkinan adanya hambatan. Adapun yang kemudian menjadi pihak paling krusial dalam proses pengontrolan proses redaksi adalah Ketua dan Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa tugas Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur adalah terkait tanggung jawab manajerial. Narasumber dalam penelitian ini yang merupakan Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur mengatakan bahwa tanggung jawab manajerial artinya adalah tanggung jawab terhadap keseluruhan program siaran lokal, kelancaran produksi, dan konten.

Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur juga memiliki tanggung jawab untuk menjalin komunikasi dengan berbagai pihak. Misalnya saja lembaga-lembaga instansi pemerintahan, lembaga-lembaga swasta, dan sebagainya. Hal ini dicontohkan ketika ada kegiatan EGTC, Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dimintai perusahaan untuk melakukan pendekatan dengan pihak-pihak rektorat, kampus, dan pihak-pihak kepolisian, terkait izin dan

sebagainya. Seperti yang dikatakan oleh Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dalam kutipan wawancara berikut:

“Jadi kalau saya itu lebih ke misalkan contohnya ada permintaan atau untuk menjaga komunikasi dengan lembaga-lembaga instansi pemerintah maupun swasta ketika kita mau mengadakan kegiatan. Contoh seperti kemarin ada EGTC, nah saya yang diminta perusahaan untuk melakukan pendekatan dengan pihak rektorat, dengan kampus, dengan pihak-pihak terkait kepolisian, terkait izin dan sebagainya.”

Selain menjalin komunikasi sebelum kegiatan dimulai, Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur juga melakukan pengawasan ketika kegiatan sedang berlangsung. Pengawasan di sini adalah terkait dengan produksi naskah, kemudian melakukan pengawasan penyelesaian dari naskah presenter. Hal itu dilakukan karena Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur harus bertanggung jawab terhadap hasil akhir tayangan. Apakah menarik atau tidak.

Selain soal daya tarik, pengawasan itu harus tetap dilakukan karena terkadang ketika *on air* ada berita yang bernuansa konflik, dan itu pernah dialami oleh Emtek Group Biro Jawa Timur. Dalam wawancara Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur mencontohkan ada pemberitaan tentang pengedar sabu di kawasan Bandara Juanda.

Kalimat Kawasan Bandara Juanda tersebut ternyata oleh pihak keamanan Bandara Juanda dipermasalahkan. Karena mereka menganggap Kawasan Bandara Juanda artinya adalah area yang ada di dalam Bandara Juanda, bukan di luar area Bandar Juanda. Kemudian pihak keamanan tersebut meminta klarifikasi kepada Emtek Group Biro Jawa Timur, bahwa lokasi kejadian tersebut bukan di dalam area Bandar Juanda, melainkan di area Jalan Raya Juanda, di Sedati.

Menghadapi komplain yang sedemikian rupa, maka Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur bertanggung jawab untuk menyampaikan permintaan maaf dan memberikan ruang klarifikasi kepada pihak terkait untuk menyampaikan informasi yang sebenarnya. Seperti yang dikatakan oleh Ketua Emtek Jawa Timur dalam kutipan wawancara berikut:

“Contohnya seperti kami memberitakan apa tanggapan pengedar sabu di kawasan

Bandara Juanda. Kalimat kawasan Bandara Juanda, itu kan bisa di dalam bandara, bisa di luar. Nah, komutasi pemirsa, ketika kita membicarakan kawasan Juanda, itu pasti sudah di dalam bandara. Pihak keamanan bandara, minta klarifikasi. Itu lokasinya di jalan raya Juanda. Di Sedati, bukan di dalam lingkup bandara. Akhirnya kami memberikan hak jawab. Kami utus liputan ke sana, untuk baik pak silahkan bapak klarifikasi terkait dengan pemberitaan yang mungkin salah kemarin.”

Kejadian yang sedemikian rupa itulah yang kemudian membuat Ketua Emtek Jawa Timur harus melakukan pengawasan bukan hanya sebelum pemberitaan dimulai, namun juga ketika pemberitaan itu berlangsung. Dengan demikian, diharapkan ketika ada kejadian-kejadian tidak terduga, Ketua Emtek Jawa Timur dapat mengatasinya dengan cepat.

Jadi dalam proses pengontrolan redaksi, tugas Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur bisa bersifat keluar ataupun bersifat ke dalam. Keluar artinya berhubungan dengan pihak-pihak tertentu, melakukan komunikasi, negoisasi, dan beberapa kesepakatan. Sementara kedalam artinya melakukan hubungan antar divisi. Misalnya saja ada kendala komputer atau jaringan, dimana permasalahannya melibatkan divisi yang lain, maka akan dikomunikasikan oleh Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur. Adapun divisi di sini bukan hanya internal perusahaan, namun terkadang juga antar Biro yang satu bendera perusahaan. Misalnya saja Biro Surabaya di Bumi Indah. Seperti yang dikatakan oleh Ketua Emtek Jawa Timur dalam kutipan wawancara berikut:

“Jadi kalau saya lebih banyak kepada tugas-tugas keluar. Tapi juga mengawasi seluruh proses produksi. Misalnya ada kendala dengan komputer atau apa, dimana letak kesalahannya, kalau memang harus berhubungan dengan divisi lain, misalkan tiba-tiba jaringannya internet mati, kendalanya apa, jaringannya lagi bermasalah tapi kita kan tetap harus produksi, bagaimana caranya, ya kita harus keluar dari sini. Minta ke temen-temen di luar line ini. Ke biro Surabaya di Bumi Indah. Atau bahkan kami pernah ke warnet.”

Sementara itu, untuk Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur sendiri, dari hasil penelitian diketahui memiliki porsi dalam pengontrolan redaksi

lebih di bagian teknis redaksinya. Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur bertugas untuk mengkoordinis, memastikan konten liputan dari para kontributor.

Koordinasi kepada kontributor misalnya saja dengan memastikan isi informasi dalam suatu berita. Jika ada nominal misalnya 300, apakah 300 ribu atau 300 juta. Lalu selain kepada kontributor, juga melakukan koordinasi kepada produser Liputan 6 Pagi dan Fokus Pagi. Koordinasi yang dilakukan misalnya mengenai kelengkapan naskah dan kejelasan berita agar tidak terjadi disinformasi atau kesalahpahaman khalayak.

Dalam menjalankan perannya sebagai pihak yang pengontrol jalannya redaksi, baik Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur maupun wakilnya memerlukan teknik-teknik dalam berkomunikasi, sehingga arahan atau kebijakan yang mereka ambil dalam kaitannya dengan proses redaksi dapat dimengerti dan dijalankan oleh semua pihak terkait.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa komunikasi yang digunakan oleh Ketua dan Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur adalah komunikasi yang fleksibel. Fleksibilitas komunikasi ini kemudian diterangkan lebih lanjut oleh Ketua Emtek Jawa Timur yaitu komunikasi yang tidak harus bersifat atasan kepada bawahan, maupun harus sebaliknya, namun bisa dua-duanya. Dalam artian, bisa dari atasan kepada bawahan, bisa bawahan kepada atasan, dan bisa komunikasi secara horizontal.

Komunikasi dengan sifat dari atasan kepada bawahan biasanya hanya dilakukan jika ada permintaan dari Emtek Group Pusat di Jakarta untuk menampilkan berita tertentu. Permintaan tersebut bersifat kaku, dan harus dilakukan. Sehingga mau tidak mau pihak bawahan harus melakukannya.

Situasi ini kemudian dicontohkan oleh Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dalam wawancara misalnya seperti ketika pihak Jakarta meminta tolong kepada Emtek Group Biro Jawa Timur untuk menyangkan pejabat publik di Jawa Timur sedang memberikan surat kewarganegaraan kepada istri teroris.

Untuk komunikasi dengan sifat dari bawahan ke atasan dan komunikasi dengan sifat horizontal biasanya terjadi ketika tahap perencanaan. Pada saat tersebut, ada sesi saling diskusi. Karena inti dari diskusi adalah pertukaran pikiran, artinya baik

bawahan maupun harus siap untuk mengeluarkan dan menerima ide-ide dari seluruh peserta yang hadir.

Dalam wawancara Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur memberikan contoh situasi tersebut ketika mereka sedang menentukan pemberitaan tentang Bunga Tatebuya di Surabaya. Saat itu kru dari Emtek Group Jawa Timur mengatakan bahwa momen tersebut adalah langka, apalagi tumbuhnya hanya satu minggu saja. Berita itu kemudian diusulkan menjadi berita *soft news*. Seperti yang diutarakan oleh Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dalam kutipan wawancara berikut:

“Contohnya misalkan itu, hari ini ada berita tentang bunga Tatebuya. Teman-teman bilang, pak ini kan momen langka. Seminggu sekali berbunga. Itu pun bunganya seminggu. Nah, coba kita pakai itu untuk soft news. Oke, gak masalah, kita harus diskusi seperti itu.”

Selain komunikasi yang fleksibel, dari hasil penelitian juga diketahui bahwa koordinasi antara Ketua dan Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dengan para kru tidak harus dilakukan dengan tatap muka. Pada dasarnya memang dalam satu minggu tetap ada hari-hari tertentu untuk melakukan rapat secara tatap muka. Namun dalam operasional keseharian pemimpin dan kru dari Emtek Group Jawa Timur justru lebih sering melakukannya melalui media sosial, bukan tatap muka.

Hal itu menurut Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dilakukan untuk menghemat waktu, tenaga, biaya dan kecepatan. Hal ini kemudian dicontohkan ketika pihak Emtek Group Pusat misalnya meminta Emtek Group Biro Jawa Timur untuk menyangkan sebuah berita dan mendadak, Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur dapat langsung menginstruksikannya kepada para kru tanpa harus datang ke kantor. Apalagi terkadang Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur harus dinas ke luar kota.

Pembagian tugas antara Ketua dan Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur ini menurut Realdi (2018) dapat disebut sebagai aspek *controlling* atau pengawasan dalam teori manajemen George R. Terry. Menurutnya, *controlling* adalah usaha untuk memastikan tugas-tugas terselesaikan, produk yang dihasilkan sesuai harapan, dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

Aspek *controlling* dalam kasus Emtek Group Biro Jawa Timur ini terlihat dari bagaimana Ketua Emtek Group Jawa Timur berusaha

memastikan naskah dan isi konten berita yang ditayangkan sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu juga terlihat dari bagaimana langkah pencegahan dan penanganan jika terjadi komplain dari khalayak agar perusahaan tetap dapat dipercaya khalayak. Sementara Wakil Ketua sendiri melakukan aspek *controlling* dengan usahanya mengawasi teknis penayangan berita.

Peran Penting Komunikasi Interpersonal Pada Manajemen Redaksi Emtek Group Biro Jawa Timur

Dari paparan data yang telah disampaikan, dapat diketahui selain aspek manajerial dalam media massa, ada aspek komunikasi interpersonal yang memegang peranan penting terhadap berjalannya kegiatan produksi dalam Emtek Group Biro Jawa Timur. Menurut Mulyana (2000), komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar persona (manusia) secara langsung, baik secara tatap muka maupun dengan media perantara yang memungkinkan timbal balik secara langsung baik secara verbal maupun non verbal.

Dalam penelitian, komunikasi ini terlihat selalu ada di setiap tahapan manajemen redaksi. Ketika pada tahapan penentuan berita yang variatif dan menarik, komunikasi interpersonal ini terjadi ketika para kru Emtek Group Biro Jawa Timur melakukan rapat koordinasi untuk menentukan berita mana yang akan diangkat pada hari yang telah ditentukan.

Pada tahap pembuatan *headline* dan *rundown* berita, komunikasi interpersonal ini terjadi ketika antara produser Fokus Pagi dengan produser Liputan 6 Pagi melakukan koordinasi *headline* seperti apa yang masing-masing mereka pakai, dan *rundown* seperti apa yang mereka buat. Hal itu dilakukan agar tidak terjadi bentrokan jadwal pemberitaan pada masing-masing media.

Sementara pada tahap pengontrolan oleh Ketua dan Wakil Ketua Emtek Group dan penggunaan komunikasi yang fleksibel, komunikasi interpersonal ini lebih banyak terlihat. Komunikasi interpersonal ini terjadi baik ketika Ketua dan Wakil Ketua memberikan instruksi, maupun ketika melakukan koordinasi dengan kru yang di bawahnya.

Adanya unsur komunikasi interpersonal di setiap tahapan manajemen redaksi ini menunjukkan bahwa dalam kasus proses redaksi Emtek Group Biro Jawa Timur, kegiatan manajerial saja tidak cukup jika komunikasi interpersonalnya tidak terjalin

dengan baik. Bukti bahwa setiap Ketua dan Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur memberikan instruksi dan koordinasi, para kru dapat menangkap pesan mereka dengan baik, dan memberikan respon komunikasi yang baik pula menunjukkan sistem komunikasi interpersonal dalam proses manajemen redaksi mereka juga bagus. Meskipun demikian, memang hal ini perlu dilakukan penelitian lebih lanjut lagi. Karena data yang digali masih belum terlalu mendalam dan lengkap.

PENUTUP

Simpulan

Dari paparan data dan analisis yang telah disampaikan dapat diambil kesimpulan bahwa dalam proses manajemen redaksi Emtek Group Biro Jawa Timur bukan hanya sekedar memproduksi berita sebagai rutinitas semata, melainkan juga menggunakan *soft news* sebagai alat mereka membentuk ikatan emosional dengan khalayak dengan memasukkan sebagian besar nilai krusial yang telah ditetapkan oleh Emtek Group Jawa Timur. Selain itu ada peran Emtek Group Pusat dalam mempromosikan Fokus Pagi dan Liputan 6 Pagi Jawa Timur melalui penayangan berita-berita dari Jawa Timur di kanal Youtube Indosiar dan Liputan6.com. Yang terakhir, ada pembagian peran dan komunikasi yang fleksibel antara Ketua dan Wakil Ketua Emtek Group Biro Jawa Timur sebagai bagian dari pengontrolan redaksi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pelaku televisi lokal lain agar mampu bersaing dengan televisi nasional.

Saran

Untuk pihak Emtek Group Biro Jawa Timur kendala yang dihadapi adalah soal keterbatasan jumlah dan jenis berita yang sehingga variasinya kurang terjadi. Maka diharapkan adanya pemberian dorongan kepada para kontributor untuk lebih aktif dan kreatif dalam mencari berita. Sementara untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melanjutkan penelitian tentang komunikasi interpersonal dalam manajemen Emtek Group Biro Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., *et al.* (2018). Media Televisi di Internet. *ProTVF. Jurnal Kajian Televisi dan Film*. Vol 2, (1), 101-110.
- Awaluddin & Hendra. (2018). Fungsi Manajemen Dalam Pengadaan Infrastruktur Pertanian Masyarakat Di Desa Watatu Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala. Vol 2, (1). 1-12.
- Cholis, N & Wardiana, D. (2018). Manajemen Strategi Redaksi dan Bisnis Koran Olahraga Top Skor Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online di Era Konvergensi Media. *Jurnal Kajian Jurnalisme*. Vol 1, (2), 124-146.
- Fadhilah, D. S., *et al.* (2016). RBTV Bertahan di Tengah TV Nasional. *Jurnal Komunikator*. Vol 8, (2), 85-92.
- Fazransyah, M. I., *et al.* (2014) "Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksi pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon Periode Januari-Mei 2013)". *Jurnal ASPIKOM*. Vol 2, (2), 85-102.
- Fitria, C. D. (2016). "Manajemen Redaksional TRIBUNPEKANBARU.COM Dalam Menentukan Berita Yang Layak". *JOM FISIP* Vol. 3 No. 2, 1-13.
- Haryanti. (2014). Manajemen Perpustakaan SMA NEGERI 1 KARANG TENGAH KABUPATEN DEMAK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi IKIP Veteran Semarang*. Vol 2, (1), 95-110.
- Hidayat, R. (2015). Analisis Manajemen Penyiaran Di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media). *Konvergensi*. Vol 1, (1), 1-19.
- Munajar, A. (2017). Analisis Segmentasi Pasar dan Manajemen SDM Pada Program Gebyar BCA Net TV. *Jurnal Komunikasi*. Vol 8, (1), 56-63.
- Murtadho, A. (2019). Manajemen Keredaksian di Harian Analisa Medan. *Komunikasi Islamika*. Vol 6, (2), 138-154.
- Nadin, A. M & Ikhtiono, G. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Komunika*. Vol 3, (1), 206-213.
- Pala, R. (2017). Televisi dan Masyarakat Perkotaan (Survei Kebiasaan Menonton TV Masyarakat Kelurahan Tamanggung Kecamatan Pankukkakang Kota Makasar Provinsi Sulawesi Selatan). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. Vol 21, (2), 193-201.
- Permana, R. S.M., *et al.* (2019). Budaya Menonton Televisi di Indonesia: Dari Terrestrial Hingga Digital. *ProTVF*. Vol 3, (1), 53-67.
- Primasanti, K. B. (2009). Manajemen Televisi Lokal: Kegamangan Yang Wajar. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*. Vol 3, (2), 161-171.
- Realdi, S. (2018). Manajemen Radaksional Rubrik Zetizen Riau Pos Dalam Menarik Minat Baca Pada Remaja di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*. Vol 5, (1), 1-15.
- Rifki, F & Jaka, S. (2016). Pengaruh Fungsi Manajemen Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Suatu Kasus di Home Industri Asri Rahayu di Wilayah Majalengka). *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*. Vol 4, (2), 145-159.
- Ri'aeni, I & Sulistiana, W. (2017). Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal. *JIKE*. Vol 1, (1), 86-97.
- Setiawan, B. (2016). Analisis Manajemen Produksi Program Talkshow Readaksi 8 di Stasiun TV. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 4, (3), 374-388.
- Triwardani, R. (2012). Etnografi Pemirsa dan Penggunaan Televisi dalam Keluarga. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 9, (2), 85-98.
- Zulfiningrum, R. (2014). Spasialisasi dan Praktik Konglomerasi Media Kelompok Kompas Gramedia. *Jurnal ASPIKOM*. Vol 2, (2), 1-15.