

Manajemen Redaksi Komunikasi Nusantarav.com dalam Membangun Reputasi di Era Persaingan Industri Media Online

by Deni Candra

Submission date: 29-Jun-2024 08:22AM (UTC+0700)

Submission ID: 2410054532

File name: SABER_VOL_2_NO_3_JULI_2024_Hal_171-193.docx (62.41K)

Word count: 7254

Character count: 51220



Manajemen Redaksi Komunikasi Nusantarav.com dalam Membangun Reputasi di Era Persaingan Industri Media Online

Deni Candra, Iqbal Shamiago, Roi Rohmansah, Wiji Setiawan

⁴³
Denni.candra1@students.paramadina.ac.id, Iqbal.shamiago@students.paramadina.ac.id,
Roi.rohmansah@students.paramadina.ac.id, Wiji.setiawan@students.paramadina.ac.id

²⁵
Universitas Paramadina Jakarta

Alamat : Jl. Gatot Subroto No.Kav. 97, RT.4/RW.4, Mampang Prpt., Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12790

Korespondensi Penulis : Denni.candra1@students.paramadina.ac.id

⁷⁸
Abstract. Nusantarav.com, an online news portal founded in 2020, has succeeded in building a reputation as a trusted source of information in the digital era. This research aims to understand how Nusantarav.com's editorial management contributes to building a positive reputation. This research uses the POAC (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling) model in analyzing various relevant aspects. Using the POAC Model as a comprehensive approach to management which includes planning, organizing, implementing and controlling. This research uses a qualitative method with data collection techniques in the form of literature study, observation, documentation and interviews. The research results show that Nusantarav.com implements an effective editorial management strategy, including: Planning: Developing a comprehensive communication strategy to deliver quality content, with the main target audience being young viewers aged 18-35 years. Organizing: Forming a special team consisting of content writers, graphic designers, video editors and social media managers to manage communication campaigns. Implementation (Actuating): Motivating and guiding the team to carry out planned tasks, with effective internal communication and good coordination. Supervision (Controlling): Monitoring and evaluating the results of communication activities, by making adjustments if necessary to ensure communication objectives are achieved. A data-driven approach and analysis of user feedback allows Nusantarav.com to remain relevant and meet the needs of its ever-evolving audience. Collaboration with various stakeholders also helps Nusantarav.com expand its reach and enrich its content.

Keywords: Communication, Reputation, NusantaraTV, Media

Abstrak. Nusantarav.com, portal berita online yang didirikan pada tahun 2020, telah berhasil membangun reputasi sebagai sumber informasi terpercaya di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk memahami tentang manajemen editorial Nusantarav.com berkontribusi dalam membangun reputasi positif. Penelitian ini menggunakan model POAC (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling) dalam menganalisis berbagai aspek yang relevan. Menggunakan Model POAC sebagai pendekatan yang komprehensif dalam manajemen yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengendalian. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa studi literatur, observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nusantarav.com menerapkan strategi manajemen editorial yang efektif, meliputi: Perencanaan (Planning): Menyusun strategi komunikasi yang komprehensif untuk menyampaikan konten berkualitas, dengan target audiens utama adalah pemirsa muda berusia 18-35 tahun. Pengorganisasian (Organizing): Membentuk tim khusus yang terdiri dari penulis konten, desainer grafis, editor video, dan pengelola media sosial untuk mengelola kampanye komunikasi. Pelaksanaan (Actuating): Memotivasi dan membimbing tim untuk melaksanakan tugas yang direncanakan, dengan komunikasi internal yang efektif dan koordinasi yang baik. Pengawasan (Controlling): Memantau dan mengevaluasi hasil kegiatan komunikasi, dengan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk memastikan tujuan komunikasi tercapai. Pendekatan berbasis data dan analisis umpan balik pengguna memungkinkan Nusantarav.com untuk tetap relevan dan memenuhi kebutuhan audiens

⁷⁰
Received: Mei 31, 2024; Accepted: Juni 29, 2024; Published: Juli 31, 2024

* Deni Candra, Denni.candra1@students.paramadina.ac.id

yang terus berkembang. Kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan juga membantu Nusantaratv.com memperluas jangkauan dan memperkaya kontennya.

Kata kunci: Komunikasi, Reputasi, NusantaraTV, Media

PENDAHULUAN

Media telah menjadi sumber informasi esensial bagi masyarakat, menjadikannya komponen vital dalam kehidupan sehari-hari. Keberadaan media cetak dan elektronik adalah bagian dari evolusi komunikasi massa. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, dominasi kedua jenis media tersebut telah tergeser oleh kemunculan media online. Media online menawarkan keunggulan signifikan, terutama dalam hal kecepatan dan aktualitas informasi. Kehadiran media online mempermudah masyarakat untuk mendapatkan berita dan informasi secara real-time, yang tidak dapat disaingi oleh media cetak dan elektronik, menjadikannya platform yang lebih relevan dan efektif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat tentang informasi publik (E.Nur, 2021). Disisi lain, Nusantaratv.com merupakan portal online yang menyediakan berbagai macam berita dan hiburan kepada pembaca nasional dan Internasional. Sementara itu, Nusantaratv.com sendiri didirikan pada tahun 2020, yang merupakan respon terhadap pesatnya perkembangan era digital, dimana media online telah menjadi sumber utama informasi dan hiburan bagi banyak orang. Dengan menjamurnya internet dan meningkatnya penggunaan perangkat digital, kebutuhan akan informasi yang cepat dan akurat semakin meningkat. Nusantaratv.com memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyajikan berita terkini di berbagai bidang, mulai dari politik, bisnis hingga hiburan dan gaya hidup. (Nusantaratv.2024)

Lebih lanjut, pertumbuhan media online didorong oleh peningkatan signifikan jumlah pengguna internet. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia telah meningkat sebesar 79,5 persen dari total populasi tahun 2023-2024, yang mana jumlah tersebut setara dengan 221,5 juta pengguna. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terjadi kenaikan sebesar 1,4 persen. Data ini menunjukkan bahwa penetrasi internet yang semakin meluas di Indonesia menjadi faktor utama dalam mendukung perkembangan media online, serta membuka peluang baru bagi perusahaan media untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam. Keberagaman konten tentang politik misalnya, Nusantaratv.com menjadi salah satu kekuatan utama yang membedakannya dengan portal berita lainnya. Selain pesan teks, portal ini juga menawarkan konten multimedia dalam berbagai format, seperti video berita, live tv, dan program hiburan lainnya yang dengan

mudah dapat di akses pada portalnya. Hal ini membuat pembaca mendapatkan informasi secara lebih interaktif dan menarik. Nusantarav.com berupaya untuk selalu mengikuti perkembangan dan tren teknologi terkini di dunia media digital. Nusantarav.com mengoptimalkan penggunaan media sosial (tiktok hingga instagram) dan berbagai *platform* digital lainnya agar kontennya mudah diakses oleh berbagai kalangan kapan saja dan dimana saja (APJII, 2023).

Sementara itu, Portal Nusantarav.com, bersama dengan tim redaksi jurnalis profesional dan berpengalaman juga berupaya menyajikan informasi berdasarkan fakta dan dapat diandalkan untuk menjadi sumber referensi terpercaya bagi pembaca portal media *online*. Seiring semakin kompetitifnya dunia media digital saat ini, Nusantarav.com terus berinovasi untuk memberikan pengalaman membaca terbaik bagi penggunanya. Hal ini menjadikan Nusantarav.com bukan sekedar portal berita, namun menjadi bagian penting dalam kehidupan digital masyarakat modern Indonesia. Disisi lain, perubahan lanskap industri media di era digital berdampak besar, dimana mengharuskan perusahaan media untuk cepat beradaptasi terhadap perubahan dinamika pasar dan preferensi audiens. Nusantarav.com telah menjawab tantangan ini dengan menerapkan manajemen editorial komunikasi yang baik untuk membangun reputasinya dan tetap relevan dalam persaingan ketat industri media *online*. Mengingat era digital yang berkembang pesat, Nusantarav.com memahami pentingnya inovasi dan adaptasi. Tim redaksi Nusantarav.com menerapkan strategi komunikasi terpadu dan menggunakan berbagai *platform* digital untuk menjangkau khalayak secara lebih luas dan efisien. Media sosial, aplikasi seluler, dan situs web responsif telah menjadi alat utama untuk menyampaikan konten kepada pengguna, memastikan akses informasi yang cepat dan mudah. (Dewi dan Ade, 2023)

11
Menurut Stefanus Akim dalam Pramudita (2019), manajemen redaksi adalah serangkaian kegiatan yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam hal pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, integrasi, serta pemeliharaan sumber daya manusia. Semua kegiatan ini dilakukan dengan tujuan mendukung pencapaian tujuan organisasi media, individu, dan masyarakat. Manajemen redaksi Nusantarav.com fokus pada kualitas kontennya, pada portal *online* ini. Disisi lain, di dunia media *online* juga terdapat penyebaran berita palsu dan informasi menyesatkan, sehingga reputasi media *online* sebagai sumber informasi terpercaya adalah aset yang sangat berharga. Sementara itu, Nusantarav.com tetap berkomitmen untuk memahami dan memenuhi prefensi pemirsa. Melalui analisis data dan umpan balik pengguna, tim editorial dapat menyesuaikan konten dan gaya penyampaian pesan dengan kebutuhan dan minat pembaca. Pendekatan berbasis data ini membuat

Nusantaratv.com tetap relevan dan menarik bagi khalayak yang semakin kritis dan selektif terhadap pemberitaan berita di media *online*.

Seiring semakin kompetitifnya industri media *online*, Nusantaratv.com juga menekankan pentingnya kolaborasi dalam membangun hubungan antar jurnalis hingga ke daerah - daerah untuk memperkuat jaringan dan mendapatkan berita yang lebih beragam. Di samping itu, berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan nasional hingga pada tingkatan internasional, Nusantaratv.com dapat memperluas jangkauan dan memperkaya penawaran kontennya. Secara keseluruhan, hal tersebut untuk membangun reputasi di era kompetitif industri media *online*, sehingga manajemen editorial komunikasi Nusantaratv.com mencakup inovasi berkelanjutan, serta komitmen terhadap kualitas dan keandalan team redaksi. Dengan pendekatan ini, Nusantaratv.com tidak hanya dapat bertahan akan tetapi juga muncul sebagai salah satu perusahaan terkemuka di industri media digital. Di era digital yang penuh dengan perubahan cepat dan dinamika pasar yang kompleks, manajemen editorial memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan reputasi media *online*. Sebagai salah satu pemain di industri ini, Nusantaratv.com secara efektif mengelola konten, menjaga integritas jurnalistik dan terus berinovasi dalam penyajian berita dan hiburan. Sementara pada aspek kunci dari manajemen editorial Nusantaratv.com adalah manajemen konten yang terstruktur dengan cermat. Redaksi memastikan bahwa berita yang disajikan tidak hanya cepat dan tepat waktu, tetapi juga akurat dan berimbang.

Kemudian, penggunaan media sosial dan *platform* digital lainnya juga akan dioptimalkan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan audiens portal media *online*. Pemahaman mendalam terhadap audiens redaksi adalah elemen kunci dari strategi editorial Nusantaratv.com. Sementara reputasi yang baik di industri media *online* tidak hanya bergantung pada kualitas konten berita, tetapi juga pada kepercayaan dan loyalitas audiens dalam membaca portal berita *online* tersebut, yang terus ditanamkan melalui praktik komunikasi yang transparan dan responsif. Sebagai salah satu portal berita dan hiburan yang berkembang sejak tahun 2020, Nusantaratv.com memahami pentingnya manajemen komunikasi editorial dalam membangun dan menjaga reputasi baik di lingkungan yang semakin kompetitif. Semua pesan yang ditampilkan melalui proses verifikasi yang ketat untuk memastikan keakuratan dan keaslian informasi. Transparansi ini tidak hanya membangun kepercayaan di antara audiens pembaca berita, namun juga memperkuat reputasi manajemen redaksi sebagai sumber berita terpercaya. Di era digital, di mana informasi menyebar dengan

cepat, kemampuan untuk merespons isu-isu yang berkembang dengan cepat dan akurat sangatlah penting. Nusantarav.com secara aktif memantau masukan pembaca di berbagai platform digital dan media sosial untuk menyesuaikan konten sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens portal online. Hal ini memungkinkan portal ini tetap relevan dan meningkatkan loyalitas pembaca. (Belajarlagi, 2024)

Lebih lanjut, Nusantarav.com juga fokus pada inovasi penyajian konten untuk menarik dan mempertahankan perhatian pemirsa. Dengan menggunakan teknologi digital terkini, seperti analisis data, tim editorial redaksi juga dapat mengidentifikasi tren dan menyesuaikan strategi konten manajemen redaksi untuk merespons tren pasar. Kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan dalam dan luar negeri juga menjadi bagian integral dari manajemen editorial Nusantarav.com. Secara keseluruhan, manajemen komunikasi editorial dari Nusantarav.com melibatkan kombinasi transparansi, daya tanggap, inovasi, dan kolaborasi. Pendekatan ini membuat Nusantarav.com membangun reputasi yang kuat, menjaga kepercayaan dan loyalitas pemirsanya, serta mengamankan posisi kompetitif dalam industri media online yang terus berkembang. (Sahril, 2023)

Manajemen redaksi Nusantarav.com telah mengembangkan berbagai pendekatan untuk menjawab tantangan digitalisasi dan persaingan yang ketat di pasar media. Nusantarav.com dengan fondasi yang kokoh telah menerapkan strategi yang berfokus pada kualitas konten, inovasi teknologi, dan pendekatan proaktif terhadap audiensnya. Pendekatan multi-format ini akan membuat Nusantarav.com dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam serta memberikan pengalaman yang lebih kaya dan interaktif kepada pembaca. Mengingat tantangan digitalisasi, Nusantarav.com mengoptimalkan penggunaan data dan analitik untuk memahami preferensi dan perilaku pemirsa. Dengan menganalisis data dari interaksi pembaca di berbagai platform, editor dapat menyesuaikan konten dengan kebutuhan dan minat audiens mereka. Pendekatan berbasis data ini tidak hanya membuat konten menjadi lebih relevan, namun juga membantu Nusantarav.com tetap kompetitif di pasar media yang dinamis. Secara keseluruhan, manajemen editorial Nusantarav.com menjawab tantangan digitalisasi dan persaingan yang ketat di pasar media melalui kombinasi integritas jurnalistik, inovasi konten, dan kolaborasi strategis. Pendekatan ini tidak hanya membantu Nusantarav.com bertahan, namun juga mengembangkan dan memperkuat persepsi masyarakat terhadap Nusantarav.com sebagai media terpercaya dan inovatif. (Noviani, 2023)

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana Manajemen Redaksi Komunikasi Nusantaratv.com Dalam Membangun Reputasi Di Era Persaingan Industri Media Online?

Tujuan Penelitian

- Menganalisis strategi komunikasi Nusantaratv.com dalam membangun reputasinya di era persaingan industri media online.
- Memahami tentang Nusantaratv.com dalam memanfaatkan teori media baru untuk membangun interaksi sosial dan menyediakan akses informasi serta kerangka kerja manajemen redaksi yang diterapkan Nusantaratv.com.

Manfaat Penelitian Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada bidang komunikasi dan jurnalisme, antara lain:

- Memperkaya pengetahuan tentang strategi komunikasi media online dalam membangun reputasi di era digital.
- Memberikan gambaran tentang penerapan kerangka kerja manajemen redaksi POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) dalam praktik media *online*.
- Mendalami pemahaman tentang bagaimana teori media baru digunakan untuk membangun interaksi sosial dan menyediakan akses informasi.
- Memperkuat pemahaman tentang pentingnya integritas jurnalistik, inovasi konten, dan kolaborasi strategis dalam membangun reputasi di era digital.

Manfaat Penelitian Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak, antara lain:

- Bagi Nusantaratv.com: Hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan strategi komunikasi untuk meningkatkan reputasi media online.
- Bagi praktisi media *online*: Hasil penelitian dapat menjadi referensi dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif untuk membangun reputasi di era digital.

- Bagi akademisi: Hasil penelitian dapat menjadi bahan penelitian lanjutan tentang manajemen redaksi, reputasi media online, dan teori media baru.
- Bagi masyarakat: Hasil penelitian dapat meningkatkan pemahaman tentang peran media online dalam era digital dan pentingnya integritas jurnalistik.

TINJUAN PUSTAKA

Penelitian *pertama*, Reni Mustikasari, dkk. 2021. Strategi Manajemen Komunikasi Media Online Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia Online. Universitas Komputer Indonesia. Penelitian Ini Mengeksplorasi strategi manajemen komunikasi yang diterapkan oleh manajemen Cerdik Indonesia, sebuah media online baru, dalam mengatasi persaingan antar media *online* di Indonesia. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis teori manajemen komunikasi POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). Data dikumpulkan melalui studi dokumentasi, studi kepustakaan, observasi, dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cerdik Indonesia memiliki strategi manajemen komunikasi yang baik dan efektif. Pada tahap perencanaan (*Planning*), mereka mengevaluasi kinerja sebelumnya untuk mempertahankan yang baik dan mengganti yang tidak efektif. Pada tahap pengorganisasian (*Organizing*), mereka menggunakan pendekatan komunikasi dengan tim divisi. Pada tahap penggerakan (*Actuating*), mereka menerapkan komunikasi efektif untuk menggerakkan tim divisi. Pada tahap pengendalian (*Controlling*), Pimpinan Redaksi mengawasi semua artikel agar sesuai dengan peraturan perusahaan. Kesimpulannya, strategi manajemen POAC terbukti penting dalam manajemen komunikasi Cerdik Indonesia, dengan Pimpinan Redaksi memegang tanggung jawab penuh untuk bersaing dengan media *online* kompetitor.

Penelitian *kedua*, Filar Ade dan Michael Jibrael. 2023. Analisis Manajemen Redaksi Batamtoday.Com Pasca Pandemi Covid-19. Universitas Putera Batam. Penelitian ini menganalisis manajemen redaksi Batamtoday.com pasca pandemi COVID-19, menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori manajerialisme dan demokrasi organisasi oleh Stanley Deetz. Teori ini menunjukkan bagaimana praktik komunikasi dalam organisasi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Sub-teori strategi, kesepakatan, keterlibatan, dan partisipasi memberikan pemahaman kontradiktif tentang praktik komunikasi. Strategi dan kesepakatan sebagai bagian dari manajerialisme menentukan pengambilan keputusan melalui dominasi kepemimpinan, sementara keterlibatan dan partisipasi sebagai bagian dari demokrasi

menawarkan solusi terhadap dominasi melalui gerakan kepemimpinan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang diterapkan oleh tim redaksi Batamtoday adalah verbal dan disesuaikan dengan praktik realitas sosial dalam konsep Deetz. Struktur organisasi Batamtoday tidak menunjukkan kekakuan dalam praktik komunikasinya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa tim redaksi Batamtoday menerapkan strategi komunikasi efektif untuk membangun liputan berita di Kepulauan Riau, dengan praktik komunikasi yang fleksibel dan semi-formal, memungkinkan keterlibatan dan partisipasi anggota tim dalam pengambilan keputusan. Hasil pada penelitian memberikan perspektif berguna dalam memahami dinamika komunikasi dalam organisasi dan bagaimana strategi komunikasi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan.

Penelitian *ketiga*, M. Aditya, dkk. 2023. Strategi Manajemen Redaksi Infosumsel.Id Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Era New Media. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Penelitian ini menganalisis strategi manajemen komunikasi yang diterapkan oleh Infosumsel.Id dalam menghadapi persaingan media online di era new media. Menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis teori manajemen komunikasi Henry Fayol, penelitian ini mengumpulkan data melalui studi dokumentasi, observasi, dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen yang diterapkan oleh Infosumsel.Id memiliki dasar komunikasi yang baik dan efektif. Pada tahap perencanaan, Infosumsel.Id mengevaluasi hasil kinerja sebelumnya, mempertahankan yang baik, dan mengganti yang tidak efektif. Pada tahap pengorganisasian, mereka menggunakan pendekatan komunikasi dengan tim divisi. Pada tahap kepemimpinan, Pemimpin Redaksi Infosumsel.Id mengawasi kemajuan setiap pekerjaan agar tidak menyimpang dari jobdesk masing-masing. Pada tahap pelaksanaan, mereka menggunakan komunikasi efektif untuk menggerakkan tim divisi. Terakhir, pada tahap pengendalian, Pemimpin Redaksi Infosumsel.Id mengawasi semua artikel agar sesuai dengan peraturan perusahaan. Dari analisis teori Functionalism, ditemukan bahwa perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, pelaksanaan, dan pengendalian adalah poin penting dalam manajemen komunikasi suatu perusahaan, dan Pemimpin Redaksi Infosumsel.Id bertanggung jawab penuh untuk bersaing dengan media online kompetitor.

Penelitian *keempat*, Siti Sarifah, dkk. 2019. Manajemen Penyiaran Berita Dalam Menghadapi Persaingan Media Pada Era Digital di TVRI Jawa Timur. Sekolah Tinggi Multi Media. Penelitian ini mengevaluasi manajemen penyiaran berita TVRI Jawa Timur dalam menghadapi persaingan media di era digital. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji

bagaimana TVRI Jawa Timur mengelola siaran berita di tengah perubahan dari analog ke digital yang mencakup aspek peralatan, pemancar, dan coverage area. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TVRI Jawa Timur telah mengadopsi strategi multiplatform dan aktif mengunggah konten di berbagai media sosial. Selain itu, mereka telah menambah satu bagian program konten media baru untuk memperkuat posisinya dalam persaingan media digital. Upaya ini mencerminkan langkah-langkah proaktif TVRI Jawa Timur dalam meningkatkan daya saingnya melalui inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi.

Manajemen Redaksi

Istilah manajemen dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "*management*," yang mencakup makna mengelola, menata, mengatur, atau mengendalikan. Dalam bahasa Latin, kata yang digunakan adalah "*managiere*" yang memiliki arti serupa yaitu melaksanakan, mengelola, atau mengurus sesuatu. Kedua istilah ini, meskipun berasal dari bahasa yang berbeda, menggambarkan tindakan dan proses pengaturan serta pengendalian berbagai sumber daya dan aktivitas untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, konsep manajemen menyiratkan serangkaian upaya terkoordinasi untuk merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, dan mengawasi beragam elemen dalam suatu organisasi atau kegiatan. Redaksi adalah tim atau kelompok individu dalam sebuah organisasi media massa, baik cetak, elektronik, maupun online, yang bertanggung jawab untuk menyeleksi dan memutuskan apakah suatu tulisan atau berita layak untuk dipublikasikan. Proses seleksi ini melibatkan berbagai pertimbangan, termasuk menentukan apakah tulisan tersebut memenuhi format berita, memeriksa penggunaan bahasa yang benar, serta memastikan akurasi dan kebenaran informasi yang disampaikan. Menurut pandangan Manulang yang dikutip oleh Ghea dan Djudjur (2020), peran redaksi adalah sebagai penjaga gerbang yang memastikan bahwa setiap konten yang diterbitkan memenuhi standar kualitas dan integritas jurnalistik yang tinggi, sehingga dapat dipercaya oleh public. (Ghea dan Djudjur 2020).

Pembahasan mengenai manajemen redaksi media sangatlah penting karena memiliki peran krusial dalam memajukan media masa kini. Manajemen yang efektif dapat menjadi indikator kesuksesan suatu perusahaan media dalam menyampaikan informasi atau berita yang tidak hanya akurat dan dapat dipercaya, tetapi juga memberikan dampak positif dan edukatif bagi para pembacanya. Dengan pengelolaan yang baik, redaksi mampu menjaga kualitas konten sehingga dapat berkontribusi signifikan dalam membentuk opini publik yang cerdas dan terinformasi. Sedangkan menurut George R. Terry dalam Wijiyanti (2023) menjelaskan jika

dalam fungsinya manajemen terdapat 4 (empat), dewasa ini menjelaskan tentang POAC sebagai berikut; yaitu: *plaming* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan/ pengarahannya) dan *controlling* (pengendalian). Model komunikasi POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) adalah kerangka kerja yang baik dalam mengendalikan dan mengoptimalkan proses komunikasi dalam organisasi. Konsep ini berasal dari manajemen umum dan diterapkan dalam konteks komunikasi untuk memastikan pesan tersampaikan secara efisien. Tahap *pertama, Planning*, yaitu melibatkan perencanaan strategi komunikasi menyeluruh. Tujuan dari langkah ini adalah memutuskan apa yang akan dikomunikasikan, kepada siapa, kapan, dan bagaimana. Rencana komunikasi manajemen redaksi harus mempertimbangkan tujuan komunikasi, audiens, pesan utama, media yang akan digunakan, dan jadwal penyampaian pesan. Misalnya, Nusantaratv.com sedang merencanakan kampanye komunikasi di portal berita untuk memperkenalkan segmen baru ke portalnya. Dengan pesan utama inovasi dalam konten yang menarik dan interaktif mereka dalam menentukan target audiens.

Langkah *kedua, yaitu Organizing*, Pengorganisasian adalah proses yang melibatkan perancangan strategi dan taktik yang telah direncanakan ke dalam struktur organisasi yang kokoh dan sesuai, serta menciptakan sistem dan lingkungan kerja yang mendukung. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh anggota organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien demi mencapai tujuan organisasi (Basyirah & Wardi, 2020). mengatur sumber daya dan tim yang diperlukan untuk menerapkan strategi komunikasi manajemen redaksi. Hal ini termasuk membagi tugas, menugaskan tanggung jawab, dan mengalokasikan sumber daya seperti anggaran, peralatan, dan teknologi. Dalam hal ini, Nusantaratv.com telah membentuk tim khusus untuk mengelola kampanye tersebut. Ini termasuk penulis konten, desainer grafis, editor video, dan pengelola media sosial, serta mengelola produksi konten dan jadwal penerbitan. Kemudian pada Tahap *ketiga, Actuating* (Eksekusi), *actuating* adalah usaha untuk mengimplementasikan sebuah rencana melalui berbagai arahan dan memotivasi setiap karyawan agar menjalankan kegiatan dalam organisasi sesuai dengan peran, tugas, dan tanggung jawab mereka. Oleh karena itu, *actuating* sangat bergantung pada kemampuan kepemimpinan (Fahmi, dkk, 2023). Eksekusi rencana komunikasi yang dibuat tujuannya adalah untuk memotivasi dan membimbing tim untuk melaksanakan tugas yang direncanakan. Komunikasi internal yang efektif dan koordinasi yang baik sangat penting untuk memastikan bahwa semua anggota tim bekerja menuju tujuan yang sama. Tim Nusantaratv.com mulai

memproduksi dan menerbitkan konten sesuai rencana, dengan masing-masing anggota tim menyadari peran mereka sambil mengoordinasikan berbagai aktivitas seperti penulisan artikel, pembuatan video, dan promosi media sosial.

Pada langkah terakhir *Controlling*, Pengawasan adalah proses yang mencakup penetapan standar yang harus dicapai, pemantauan pelaksanaan, penilaian terhadap pelaksanaan tersebut, serta melakukan perbaikan jika diperlukan. Tujuannya adalah memastikan bahwa pelaksanaan berjalan sesuai dengan rencana dan sejalan dengan standar yang telah ditetapkan (Saputra & Ali, 2022). Secara sederhana, hasil kegiatan komunikasi dipantau dan dievaluasi. Hal ini mencakup pengukuran kinerja, analisis umpan balik, dan penyesuaian strategi jika diperlukan untuk memastikan tujuan komunikasi tercapai dan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Nusantarav.com memantau respons audiens terhadap kampanye melalui analisis media sosial, survei pembaca, dan metrik lainnya. Dalam menganalisis data ini untuk menilai efektivitas kampanye dan membuat penyesuaian jika diperlukan, seperti mengubah pesan atau meningkatkan frekuensi publikasi, termasuk: Ubah pesan pada redaksi atau tingkatkan frekuensi publikasi media online. Dengan menerapkan model POAC pada manajemen komunikasi, organisasi seperti Nusantarav.com dapat memastikan bahwa seluruh aspek komunikasi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, dikelola dengan baik. Pendekatan ini membantu membangun reputasi yang baik, menjaga kepercayaan audiens, dan tetap kompetitif di industri media *online*.

36 **Media Baru**

Teori media baru yang dikembangkan oleh Pierre Levy mengemukakan bahwa media baru merupakan perkembangan dari media yang ada sebelumnya, dengan penekanan pada interaksi sosial dan orientasi pengetahuan baru yang terbentuk melalui teknologi digital. Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan baru. Dalam konteks ini, teori media baru mengidentifikasi dua pandangan utama: pandangan interaksi sosial dan pandangan teknologi informasi. (Sholikah, 2023). Kemudian, Levy memandang jika Interaksi Sosial Media baru pada prinsipnya membedakan dirinya dari media tradisional berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Media baru memungkinkan interaksi yang lebih personal dan langsung antara individu, menghilangkan batasan waktu dan ruang. Misalnya, platform seperti media sosial, email, dan aplikasi pesan instan memungkinkan komunikasi dua arah yang mirip dengan percakapan tatap muka. Dalam pandangan ini,

teknologi digital berperan dalam membangun dan memperkuat hubungan sosial, di mana interaksi yang terjalin melalui media ini sering kali lebih utama dibandingkan dengan informasi yang disampaikan. Lebih lanjut, Pandangan Teknologi Informasi dari Levy juga melihat WWW sebagai platform yang memungkinkan akses dan distribusi informasi yang luas dan mudah. Dalam konteks ini, media baru dikategorikan sebagai media komunikasi interpersonal dan media pencari informasi. Media komunikasi interpersonal mencakup teknologi seperti telepon, handphone, email, dan media sosial, yang memungkinkan pesan privat yang mudah hilang dan mengutamakan interaksi beberapa orang. Sementara itu, media pencari informasi mencakup teknologi seperti internet dan WWW, yang memungkinkan akses informasi yang luas dan interaktif. Pengguna dapat mencari, membagikan, dan memperbaiki informasi yang tersedia, menciptakan ekosistem informasi yang saling terkait.

Sementara itu, Era Media Baru Menurut Little John (2017), era media baru dibagi menjadi dua fase. Era pertama ditandai oleh sentralisasi produksi (satu menjadi banyak), komunikasi satu arah, kendali situasi oleh sebagian besar, reproduksi stratifikasi sosial, audiens massa yang terpecah, dan pembentukan kesadaran sosial. Sedangkan era kedua ditandai oleh desentralisasi, komunikasi dua arah, kendali situasi di luar kendali sebagian besar, demokratisasi, peningkatan kesadaran individu, dan orientasi individu. Denis McQuail dalam bukunya "*Mass Communication Theory*" mengelompokkan media baru menjadi dua kategori utama: media komunikasi interpersonal dan media pencari informasi. Media komunikasi interpersonal seperti telepon, email, dan media sosial, memungkinkan pesan privat dan mengutamakan interaksi sosial. Media pencari informasi seperti internet dan WWW memungkinkan akses informasi yang luas dan interaktif, memfasilitasi pencarian, pembagian, dan perbaikan informasi.

Pada Implementasi di redaksi Nusantarav.com, Nusantarav.com adalah contoh nyata dari penerapan teori media baru. Portal ini, didirikan pada tahun 2020, memanfaatkan teknologi digital untuk menyediakan berita dan hiburan kepada pembaca nasional dan internasional. Dengan beragam konten multimedia seperti video berita, live TV, dan program hiburan lainnya, Nusantarav.com menciptakan pengalaman yang interaktif dan menarik bagi pembaca. Menggunakan media sosial dan berbagai platform digital lainnya, Nusantarav.com memastikan bahwa kontennya mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Dengan mengedepankan keakuratan dan keandalan informasi, serta inovasi dalam penyajian konten, Nusantarav.com berhasil membangun reputasi sebagai sumber informasi terpercaya di era digital yang kompetitif. Pendekatan berbasis data dan analisis umpan balik pengguna

memungkinkan mereka untuk tetap relevan dan memenuhi kebutuhan audiens yang terus berkembang. Kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan juga membantu Nusantarav.com memperluas jangkauan dan memperkaya kontennya, memastikan bahwa mereka tetap menjadi bagian penting dalam kehidupan digital masyarakat modern.

Reputasi

Reputasi perusahaan seperti yang ditunjukkan dalam berbagai model teoritis, reputasi perusahaan memainkan peran penting dalam keberhasilan perusahaan dan kepercayaan masyarakat. Menurut model Graham R. Dowling dalam Syahputra (2023), menjelaskan reputasi suatu perusahaan dimulai dari citra internalnya di mata karyawannya, yang dibentuk oleh faktor-faktor seperti budaya organisasi, partisipasi, dan keterbukaan. Setelah citra internal ini terbentuk, efektivitas komunikasi internal mempengaruhi bagaimana perusahaan dipersepsikan oleh pemangku kepentingan eksternal, dan kebijakan organisasi serta media komunikasi pemasaran juga berkontribusi terhadap pembentukan citra publik tersebut. sementara itu, menurut Model Russell Abratt dalam Andre (2008) berkembang dari konsep "kepribadian perusahaan" Wally Olins dan berfokus pada manajemen identitas perusahaan sebagai dasar citra perusahaan. Dalam model ini, identitas perusahaan yang kuat dan konsisten adalah kunci untuk membangun citra publik yang positif. Disisilain, menurut Helen Stewart pada konsep model ini dengan menambahkan elemen budaya dan simbol perusahaan ke dalam identitas perusahaan, dengan menekankan bahwa identitas yang kaya akan nilai dan simbol budaya yang kuat dapat memperkuat citra perusahaan secara lebih komprehensif.

Di Nusantarav.com, manajemen editorial berupaya membangun reputasi positif melalui pendekatan yang mencakup inovasi berkelanjutan, komitmen terhadap kualitas dan keandalan, serta pemahaman mendalam terhadap audiens. Nusantarav.com menciptakan dan menjaga citra positif baik di mata karyawan maupun publik eksternal melalui strategi komunikasi yang transparan dan responsif serta integritas jurnalistik yang tinggi. Upaya ini konsisten dengan prinsip model Dowling, Abratt, dan Stewart. Model ini menekankan pentingnya citra internal yang positif, manajemen identitas yang kuat, dan budaya organisasi yang kaya dalam membangun reputasi yang dapat dipercaya dan kompetitif dalam industri media online yang semakin dinamis.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang didasarkan pada filosofi post-positivisme. Metode penelitian sendiri dipengaruhi dan mencerminkan paradigma yang mencerminkan cara pandang peneliti terhadap realitas suatu fenomena. Sementara itu, Kasinath (2013) menyatakan ada tiga alasan utama penggunaan metode kualitatif. Alasan praktisnya berkaitan dengan pandangan peneliti terhadap fenomena dunia, sifat masalah penelitian, dan sifat metode kualitatif. Kemudian, Mc Cusker dan Gunaydin (2015) menyatakan bahwa metode kualitatif seringkali dipilih untuk memahami bagaimana masyarakat atau individu yang memandang suatu isu tertentu. Hal ini menekankan pentingnya memastikan kualitas proses penelitian kualitatif, sebab hal tersebut perlu menafsirkan data yang dikumpulkan. Disamping itu, Sofaer (1999) menambahkan bahwa metode kualitatif memberikan gambaran komprehensif tentang suatu fenomena dan membantu menumbuhkan pemahaman mendalam tentang hakikat fenomena tersebut. Oleh karena itu, penelitian kualitatif bertujuan tidak hanya memberikan gambaran saja tetapi juga memperoleh penjelasan yang lebih mendalam. Hal ini menuntut peneliti mempunyai pengetahuan yang cukup terhadap masalah yang diteliti.

Sementara itu, Teknik Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif sering melibatkan penggunaan triangulasi, yaitu penggunaan berbagai sumber data atau metode pengumpulan data yang berbeda untuk menguji dan mengkonfirmasi temuan. Analisis data dilakukan secara induktif, dimana temuan dikembangkan berdasarkan data yang dikumpulkan, bukan dari hipotesis awal. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah memperoleh pemahaman mendalam tentang masalah manusia dan sosial, menggali makna fenomena, dan mendeskripsikan objek penelitian secara rinci dan bermakna. Penelitian ini berusaha memahami realitas sosial dan kemanusiaan dalam konteks alami tanpa manipulasi variabel yang terlibat (M. Hasan, dkk. 2022). Kemudian, Dalam penelitian mengenai manajemen redaksi Nusantarav.com, beberapa metode pengumpulan data yang digunakan meliputi studi kepustakaan, observasi, dokumentasi, dan wawancara: Kepustakaan (Library Research): Metode ini mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber di perpustakaan, seperti buku, jurnal ilmiah, dan literatur lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Materi dan literatur yang berkaitan dengan konsep dan teori komunikasi pemasaran digunakan untuk memperkuat argumen dan analisis dalam penelitian ini (Sugiyono, 2018). Observasi: Observasi dilakukan dengan tatap muka, di mana peneliti turun ke lapangan untuk mengamati seluruh kegiatan yang dilakukan di redaksi Nusantarav.com. Observasi memungkinkan pengumpulan data faktual melalui pengamatan langsung terhadap objek dan fenomena (Sugiyono, 2018). Dokumentasi: Metode

ini melibatkan pengumpulan berbagai jenis dokumen sebagai sumber data primer, termasuk artikel, hasil pemantauan media, dan foto-foto yang relevan. Data dokumen dianalisis untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena sosial yang diteliti (Rahardjo, 2010). Wawancara: Wawancara dengan wakil pimpinan redaksi Nusantaratv.com dilakukan untuk mendapatkan pandangan dan informasi mendalam mengenai strategi manajemen redaksi dalam membangun reputasi di era persaingan industri media online. Wawancara ini memungkinkan peneliti mengumpulkan data langsung dari sumber utama yang memiliki pengetahuan mendalam tentang subjek penelitian.

Lebih lanjut, Teknik Analisis Data, Data yang dikumpulkan sebagian besar berupa data kualitatif yang tidak dapat diklasifikasikan secara statistik. Untuk menginterpretasi temuan dan menarik kesimpulan, penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan model analisis interaktif yang terdiri dari tiga komponen utama, diantaranya yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Sugiyono, 2018). Reduksi Data: Proses ini melibatkan merangkum, memilih elemen-elemen kunci, dan mencari pola serta tema. Reduksi data membantu memfokuskan perhatian pada elemen-elemen penting dan memudahkan dalam pengumpulan data yang relevan (Sugiyono, 2018). Penyajian Data: Data disajikan dalam bentuk uraian singkat, grafik, diagram alur, dan bentuk visual lainnya untuk memudahkan pemahaman dan analisis. Penyajian data yang baik membantu menjawab pertanyaan penelitian secara rinci dan logis (Sugiyono, 2018). Penarikan Kesimpulan: Kesimpulan dalam penelitian kualitatif harus diverifikasi untuk memastikan keabsahannya. Proses ini melibatkan pengulangan kegiatan pengumpulan dan analisis data untuk konsolidasi dan validasi temuan (Sugiyono, 2018). Disamping itu, ada Keabsahan Data, untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi melibatkan penggunaan berbagai sumber, metode, penyidik, atau teori untuk memeriksa dan mengkonfirmasi keabsahan data. Jenis triangulasi meliputi triangulasi sumber, metode, penyidik, dan teori. Dalam penelitian ini, triangulasi metode digunakan dengan memeriksa temuan melalui beberapa teknik pengumpulan data serta memeriksa beberapa sumber data menggunakan metode yang sama. Tujuan triangulasi adalah memastikan keandalan dan validitas data yang digunakan dalam penelitian (Rahardjo, 2010).

Hasil Pembahasan

1. Manajemen Redaksi Nusantaratv.com

Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan dianggap sebagai elemen kunci dalam merancang program-program untuk mengurangi angka stunting. Pengambilan keputusan merupakan bagian integral dari perencanaan, di mana setiap langkah dipilih berdasarkan penyelesaian dari setiap rencana yang telah disusun (Fahmi, F, 2023). Dalam fase perencanaan, Nusantarav.com berfokus pada penyusunan strategi komunikasi yang komprehensif untuk menyampaikan konten berita dan hiburan yang berkualitas. Mereka menentukan target audiens, menetapkan tujuan komunikasi, dan memilih media yang tepat untuk penyampaian pesan. Misalnya, Nusantarav.com mengidentifikasi segmen pemirsa muda sebagai target utama dan merancang konten yang relevan untuk kelompok usia 18-35 tahun. Mereka menggunakan media sosial dan video promosi sebagai metode utama untuk menjangkau audiens ini, memastikan pesan yang disampaikan menarik dan interaktif.

"Kami di Nusantarav.com berupaya keras merancang strategi komunikasi yang menyeluruh untuk menyajikan konten berita dan hiburan berkualitas. Langkah awalnya adalah menentukan target audiens, menetapkan tujuan komunikasi, dan memilih media yang tepat untuk menyampaikan pesan. Misalnya, kami fokus pada segmen pemirsa muda berusia 18-35 tahun, sehingga konten yang dibuat relevan untuk mereka. Kami memanfaatkan media sosial dan video promosi sebagai sarana utama untuk menjangkau audiens ini, memastikan pesan yang disampaikan selalu menarik dan interaktif," jelas Wapimred Nusantarav.com .

Pada fase perencanaan Nusantarav.com menunjukkan betapa pentingnya strategi komunikasi media. Mereka mengarahkan konten yang unik dan relevan dengan menargetkan pemirsa muda berusia 18 hingga 35 tahun. Nusantarav.com tepat sasaran untuk demografi muda karena mayoritas pengguna media sosial di Indonesia berusia 18 hingga 34 tahun. Peneliti melihat bagaimana strategi promosi melalui media sosial dan video menunjukkan perubahan dalam preferensi dan kebiasaan media generasi muda. Generasi Z dan sebagian milenial yang tumbuh di era teknologi mengandalkan internet dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Bagi kelompok usia ini, media sosial dan konten video menawarkan pengalaman visual yang kuat dan interaktif, yang meningkatkan keterlibatan dan membangun loyalitas pemirsa.

Pengorganisasian (*Organizing*)

Organizing, atau pengorganisasian, adalah proses yang melibatkan penerapan strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan ke dalam struktur organisasi yang tepat dan kuat. Proses ini juga mencakup penciptaan sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif untuk memastikan bahwa semua anggota organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan organisasi (Basyirah & Wardi, 2020). Pengorganisasian melibatkan pengaturan sumber daya dan tim yang diperlukan untuk menerapkan strategi komunikasi. Nusantarav.com membentuk tim khusus yang terdiri dari penulis konten, desainer grafis, editor video, dan pengelola media sosial untuk mengelola kampanye komunikasi. Pengalokasian sumber daya seperti anggaran, peralatan, dan teknologi juga diatur dengan baik untuk mendukung produksi dan penerbitan konten. Pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas memastikan setiap anggota tim memahami peran mereka dalam mencapai tujuan bersama.

"Kami mengatur sumber daya dan tim yang dibutuhkan untuk menerapkan strategi komunikasi dengan cermat di Nusantarav.com. Kami membentuk tim khusus yang terdiri dari penulis konten, desainer grafis, editor video, dan pengelola media sosial untuk mengelola kampanye komunikasi. Pengalokasian sumber daya seperti anggaran, peralatan, dan teknologi dilakukan dengan hati-hati untuk mendukung produksi dan penerbitan konten. Pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas memastikan setiap anggota tim memahami peran mereka dalam mencapai tujuan bersama," ujar Wapimred Nusantarav.com.

Nusantarav.com menunjukkan efisiensi manajemen operasional dengan mengatur sumber daya dan tim untuk strategi komunikasinya. Tim khusus yang terdiri dari penulis konten, desainer grafis, editor video, dan pengelola media sosial memastikan kualitas dan profesionalisme di setiap tahap produksi dan distribusi konten. Pengalokasian anggaran, peralatan, dan teknologi dilakukan dengan cermat, menunjukkan komitmen terhadap produksi konten berkualitas tinggi dan efisien. Pembagian tugas yang jelas dalam tim menciptakan lingkungan kerja yang terorganisir dan efektif, meningkatkan produktivitas dan mengurangi risiko kesalahan. Peneliti menilai, Strategi ini mencerminkan praktik manajemen yang baik, fokus pada spesialisasi, alokasi sumber daya yang tepat, dan pembagian tugas yang jelas, menempatkan Nusantarav.com pada posisi yang kuat untuk sukses dalam upaya strategi komunikasi Perusahaan.

Penggerakan (*Actuating*)

Actuating⁶ adalah usaha untuk mewujudkan rencana dengan memberikan arahan dan memotivasi setiap karyawan untuk menjalankan kegiatan dalam organisasi sesuai dengan peran, tugas, dan tanggung jawab mereka. Oleh karena itu, actuating sangat terkait dengan kemampuan kepemimpinan (Fahmi. F, 2023). Nusantarav.com memastikan bahwa komunikasi internal yang efektif dan koordinasi yang baik antara anggota tim terlaksana, sehingga setiap proses produksi konten berjalan sesuai rencana. Tim mulai memproduksi dan menerbitkan konten, dengan masing-masing anggota memahami peran mereka dan berkoordinasi dalam penulisan artikel, pembuatan video, dan promosi media sosial.

"Kami di Nusantarav.com berupaya memotivasi dan membimbing tim untuk melaksanakan tugas yang telah direncanakan. Kami memastikan komunikasi internal yang efektif dan koordinasi yang baik antara anggota tim, sehingga setiap proses produksi konten berjalan lancar. Tim kami mulai memproduksi dan menerbitkan konten, dengan masing-masing anggota memahami peran mereka dan berkoordinasi dalam penulisan artikel, pembuatan video, dan promosi media sosial," ujar Wapimred Nusantarav.com .

Pentingnya manajemen internal dalam menerapkan strategi komunikasi ditunjukkan oleh pendekatan Nusantarav.com untuk mendorong dan membimbing tim. Menurut peneliti, upaya untuk memastikan komunikasi internal yang efektif dan koordinasi yang baik antara anggota tim sangat krusial, hal ini memastikan bahwa setiap proses produksi konten berjalan sesuai rencana, mengurangi hambatan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Tim yang terdiri dari penulis artikel, pembuat video, dan pengelola media sosial bekerja dengan pemahaman yang jelas tentang peran masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa Nusantarav.com berhasil menciptakan lingkungan kerja yang terstruktur, di mana setiap anggota tim dapat berkontribusi secara maksimal dan berkoordinasi dengan baik. Proses produksi dan penerbitan konten yang berjalan lancar adalah indikator dari manajemen yang efektif dan komunikasi yang terorganisir dengan

Pengendalian (*Controlling*)

Pengawasan adalah proses menentukan standar yang harus dicapai, memantau pelaksanaan kegiatan, menilai hasil pelaksanaan, dan melakukan perbaikan jika diperlukan agar pelaksanaan sesuai dengan rencana dan standar yang ditetapkan (Saputra & Ali,

2022). Nusantarav.com mengukur kinerja kampanye melalui analisis media sosial, survei pembaca, dan metrik lainnya. Data ini dianalisis untuk menilai efektivitas kampanye dan membuat penyesuaian jika diperlukan. Misalnya, mereka dapat mengubah pesan atau meningkatkan frekuensi publikasi berdasarkan umpan balik audiens. Pendekatan ini memastikan bahwa tujuan komunikasi tercapai dan identifikasi area perbaikan dilakukan secara efektif.

"Kami terus memantau dan mengevaluasi hasil kegiatan komunikasi di Nusantarav.com. Kami mengukur kinerja kampanye melalui analisis media sosial, survei pembaca, dan metrik lainnya. Data ini dianalisis untuk menilai efektivitas kampanye dan membuat penyesuaian jika diperlukan. Misalnya, kami dapat mengubah pesan atau meningkatkan frekuensi publikasi berdasarkan umpan balik audiens. Pendekatan ini memastikan bahwa tujuan komunikasi tercapai dan area perbaikan dapat diidentifikasi dengan efektif," ujar Wapimred Nusantarav.com .

Pada Pengendalian (*Controlling*) Nusantarav.com menunjukkan keahlian dalam memantau dan mengevaluasi strategi komunikasi mereka. Menurut peneliti, menggunakan analisis media sosial, survei pembaca, dan metrik lainnya untuk mengukur kinerja kampanye merupakan pendekatan yang sangat strategis. Hal ini memungkinkan pengumpulan data yang relevan dan akurat terkait efektivitas kampanye. Analisis data ini membantu Nusantarav.com menilai pencapaian tujuan komunikasi dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan. Kemampuan untuk menyesuaikan pesan atau meningkatkan frekuensi publikasi berdasarkan umpan balik audiens menunjukkan fleksibilitas dan responsivitas mereka terhadap kebutuhan dan preferensi audiens. Pendekatan ini mencerminkan praktik terbaik dalam manajemen komunikasi, di mana keputusan berbasis data digunakan untuk mengoptimalkan strategi dan hasil kampanye. Peneliti menyimpulkan bahwa melalui pemantauan dan evaluasi yang sistematis, Nusantarav.com memastikan kegiatan komunikasi mereka tetap efektif dan adaptif terhadap perubahan dinamika audiens dan pasar.

Langkah Nusantarav.com dalam membangun reputasi pada Media Baru

Nusantarav.com telah melakukan pembaruan konten terkait kasus Vina Cirebon *Insight* tiktok hingga mencapai lebih dari 5.800 kali. Pembaruan ini mencerminkan komitmen Nusantarav.com untuk menyediakan informasi terbaru dan paling relevan bagi pembacanya. Dengan frekuensi update yang tinggi, portal berita ini menunjukkan

dedikasinya dalam memberikan liputan menyeluruh dan mendalam mengenai kasus yang sedang menjadi sorotan publik. Ini juga menunjukkan kemampuan Nusantaratv.com dalam memanfaatkan teknologi digital dan jaringan informasi untuk tetap berada di garis depan dalam menyajikan berita yang akurat dan terkini. Pembaruan yang konsisten dan berkelanjutan ini penting untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pembaca, serta memperkuat posisi Nusantaratv.com sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan dalam era media digital.

Nusantaratv.com mempunyai komitmen yang kuat untuk memberikan informasi terkini dan relevan kepada pembaca tentang insiden Vina Cirebon Insight TikTok. Hal ini dibuktikan dengan lebih dari 5.800 viewer konten tersebut dalam sehari. Banyaknya update ini menunjukkan bahwa Nusantaratv.com berkomitmen dalam pemberitaan yang komprehensif dan detail, memastikan pembaca segera mengetahui perkembangan terkini kasus tersebut. Nusantaratv.com juga telah menunjukkan kemampuannya dalam memanfaatkan teknologi digital dan jaringan informasi untuk tetap menjadi yang terdepan dalam menyediakan berita yang akurat dan tepat waktu, guna mengumpulkan informasi dari berbagai sumber terpercaya dan menyampaikannya dengan cepat dan akurat. Pembaruan yang konsisten dan berkelanjutan ini sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pembaca serta memperkuat posisi redaksi sebagai sumber informasi terpercaya di era media digital. Pemberitaan Nusantaratv.com juga memberikan dampak positif, seperti membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kejadian Vina Cirebon pada Insight TikTok, hingga mendorong masyarakat untuk lebih memikirkan isu-isu terkait kekerasan seksual dan mencari bantuan jika diperlukan. Selain itu, pelaporan yang transparan dan terbuka juga dapat membantu penegak hukum menyelidiki dan menyelesaikan insiden serta mampu memberikan edukasi kepada masyarakat untuk penegakan hukum yang adil dan transparan. Oleh karena itu, Nusantaratv.com berperan penting dalam memberikan informasi yang akurat dan terkini mengenai kejadian Vina Cirebon Insight TikTok, dan melalui pemberitaan yang menyeluruh dan berkesinambungan, Nusantaratv.com berkomitmen untuk melayani masyarakat dan memberikan kontribusi kepada masyarakat.

KESIMPULAN

Nusantaratv.com menerapkan manajemen redaksi yang komprehensif melalui empat fungsi manajemen: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian. Dalam perencanaan, menekankan pentingnya strategi komunikasi yang komprehensif untuk menyampaikan konten berita dan hiburan berkualitas, dengan fokus khusus pada pemirsa muda berusia 18-35 tahun melalui media sosial dan video promosi. Selanjutnya, dalam pengorganisasian, Nusantaratv.com menunjukkan efisiensi melalui pengaturan sumber daya dan pembentukan tim khusus yang terdiri dari penulis konten, desainer grafis, editor video, dan pengelola media sosial, memastikan kualitas dan profesionalisme di setiap tahap produksi dari redaksi Nusantaratv.com. Pada tahap penggerakan, memastikan motivasi yang efektif dengan komunikasi internal yang baik dan koordinasi yang lancar antar anggota tim, menciptakan lingkungan kerja yang terstruktur dan efisien. Lalu, dalam pengendalian, menggunakan analisis media sosial, survei pembaca, dan metrik lainnya untuk mengukur kinerja kampanye. Secara keseluruhan, manajemen redaksi Nusantaratv.com mencerminkan praktik terbaik dalam manajemen komunikasi, sehingga memastikan kegiatan komunikasi tetap adaptif dan relevan, dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Disisi lain, Nusantaratv.com telah menunjukkan komitmen kuat dalam memberikan informasi yang akurat dan terkini kepada pembacanya, terutama terkait kasus Vina Cirebon pada Insight TikTok. Melalui update dan liputan yang mendalam, Nusantaratv.com menegaskan dedikasinya dalam menyajikan berita yang menyeluruh. Nusantaratv.com memanfaatkan teknologi digital dan jaringan informasi untuk tetap terdepan dalam menyajikan berita yang relevan bagi audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- 21
Andre A. Hardjana. 2008. *Komunikasi Dalam Manajemen Reputasi Korporasi*. Jurnal Komunikasi: VOLUME 5, NOMOR 1 Hal. 17
- 19
APJII. 2023. *Survei APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. Diakses Pada <https://apji.or.id/Berita/D/Survei-Apjii-Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Tembus-215-Juta-Orang>
- 7
Basyirah & Wardi. 2020. *Penerapan POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) Manajemen Risiko Pembiayaan Modal Usaha Tabarak Di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan*. NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Keagamaan Islam, 17 (1), Hal. 61

- Belajarlagi. 2024. ⁴⁷ *Strategi Konten Sosial Media, Membangun Kehadiran Yang Signifikan Dan Keterlibatan Yang Tinggi*. Diakses Pada <https://www.belajarlagi.id/post/strategi-konten-sosial-media>
- ¹⁸ Dewi Yanuarita & Ade Desnia. 2023. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Di Sekolah Alam Kebun Tumbuh*. Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN) Vol. 3, No. 2, Agustus 2023, Hal. 245-256, Diakses Pada DOI: <https://doi.org/10.54082/jupin.153>
- ¹⁶ Dowling, G. R. 2014. *The Curious Case Of Corporate Tax Avoidance: Is It Socially Irresponsible?* *Journal Of Business Ethics*, 124(1), 173–184. Diakses Pada <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1862-4>
- ²⁶ E.Nur. 2021. *Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online The Role Of Mass Media In Facing Online Media Attacks*. BBPPSDMP Kominfo Makassar. Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa Issn: 2721-6306
- ⁴⁵ Fahmi, Dkk. 2023. *Penerapan Fungsi POAC Pada Upaya Penurunan Angka Stunting Desa Sibalaya Selatan*. Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU) Vol.1, No.2 E-ISSN: 2963-9654 P-ISSN: 2963-9638, Hal 144-153
- ² Filar Ade Dan Michael Jibrael. 2023. *Analisis Manajemen Redaksi Batamtoday.Com Pasca Pandemi Covid-19*. Universitas Putera Batam. Scientia Journal: Vol. 5 No. 3, Scientia Journal E-ISSN : 2714-593X
- ⁴⁶ Ghea dan Djudjur. 2020. *Strategi Manajemen Redaksi Radardepok.Com Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Digitalisasi*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional: Jurnal Sosial Dan Humaniora Volume 5, Nomor 1, Tahun 2020 PISSN : 2460-4208 Eissn : 2549-7685
- ²⁰ Hasan, Muhammad Dkk. 2021. *Media Pembelajaran*. Tahta Media Group: Klaten
- ⁵ Kasinath, H. M. 2013. *Understanding And Using Qualitative Methods In Performance Measurement*. Journal Of Educational Studies, Trend And Practices, 3(1), 46-57.
- ²⁹ Lathifatul Sholikah. 2023. *Perilaku Bermedia Sosial Pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al-Istiqomah Cukir Diwék Jombang Jawa Timur*. Universitas Hasyim Asy'ari, Jombang. Vol. 2 No. 1 Hal. 1-16
- ⁸ Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. 2017. *Theories Of Human Communication* (11th Ed.). USA: Waveland Press.
- ¹² M. Aditya, Dkk. 2023. *Strategi Manajemen Redaksi Infosumsel.Id Dalam Menghadapi Persaingan Media Online Di Era New Media*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. AN-NADWAH Volume 29 Nomor 2. Hal. 139-148
- ⁵ Mccusker, K., & Gunaydin, S. (2015). *Research Using Qualitative, Quantitative Or Mixed Methods And Choice Based On The Research*. Perfusion. DOI: 10.1177/0267659114559116

- 34
Mills, Charles Wright, “*The Mass Society*,” In Denis Mcquail. 2002. *Mcquail’s Reader In Mass Communication Theory*, London: 3 Nomor.1. Hal.1-14
- 33
Mirza Azkia & Nitra Galih. 2023. *Analisis Reportase Media Massa Di Era Digital: Tantangan, Peluang, Dan Dampaknya Pada Pandangan Khalayak*. Jourmics: EISSN2985-9964 Vol 2 No 1 November 2023(11- 20)
- 31
Mudjia Rahardjo. 2010. *Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*. Diakses Pada <https://Uin-Malang.Ac.Id/R/101001/Triangulasi-Dalam-Penelitian-Kualitatif.Html>
- 21
Neri Wijayanti & Febrian Arif. 2023. *Implementasi Fungsi Manajemen George R Terry Dalam Meningkatkan Mutulembaga Pendidikan*. Jurnal Cerdik: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran, Volume.
- 28
Noviani Arum, Dkk. 2023. *Sosial Media Dalam Masyarakat Sebagai Konsep Nyata Determinisme Teknologi*. Upgrade: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Volume 1, No 2, Februari 2024 (73-80)
- Nusantaratv.Com. 2024. *Tentang Kami*. Diakses Pada <https://Www.Nusantaratv.Com/Tentang-Kami>
- 38
Pramudita. 2019. *Manajemen Media Online Dan Penggunaan Media Sosial Pada Wonosobozone.com*. Universitas Islam Indonesia. Hal. 14
- 32
Reni Mustikasari, Dkk. 2021. *Strategi Manajemen Komunikasi Media Online Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia Online*. Universitas Komputer Indonesia. Jurnal Common: Vol. 5 No 2. Desember 2021. Hal. 1-9
- Sahril Halim. 2023. *Manajemen Media Penyiaran Televisi Di Era Disrupsi*. Kampus II UIN Mataram: Cetakan Pertama. CV. Pustaka Egaliter. Hal. 102
- 23
Saputra & Ali. 2021. *Penerapan Manajemen Poac: Pemulihan Ekonomi Serta Ketahanan Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19 (Literature Review Manajemen Poac)*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan : Volume 3, Issue 3, Januari 2022 E-ISSN 2686-4924 P-ISSN 2686-5246
- 10
Siti Sarifah, Dkk. 2019. *Manajemen Penyiaran Berita Dalam Menghadapi Persaingan Media Pada Era Digital Di TVRI Jawa Timur*. Sekolah Tinggi Multi Media. Volume 10, NO, 2, Halaman 160 - 171
- 5
Sofaer, S. (1999). *Qualitative Methods: What Are They And Why Use Them?*. Ed. II., *Health Services Research* 34:4
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Penerbit Alfabeta,Bandung. Hal 70

Manajemen Redaksi Komunikasi Nusantarav.com dalam Membangun Reputasi di Era Persaingan Industri Media Online

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.scilit.net Internet Source	2%
2	repository.upbatam.ac.id Internet Source	2%
3	jurnal.stikes-ibnusina.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	1%
5	www.djkn.kemenkeu.go.id Internet Source	1%
6	Rezyana Budi Syahputri, Rheni Haryanti, Sri Handayani. "PERAN MANAJER DALAM IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN DI UNIT REKAM MEDIS DAN INFORMASI KESEHATAN RSU PKU MUHAMMADIYAH PRAMBANAN", MOTORIK Jurnal Ilmu Kesehatan, 2024 Publication	1%

ejurnal.stie-trianandra.ac.id

7	Internet Source	1 %
8	123dok.com Internet Source	1 %
9	Putri Apriliani, Ahmad Sampurna. "Manajemen Kegiatan Keagamaan Generasi Remaja (Genre) dalam Pencegahan Stunting di Kota Binjai", Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi, 2024 Publication	1 %
10	jurnal.yudharta.ac.id Internet Source	1 %
11	www.jurnalkommas.com Internet Source	<1 %
12	jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
13	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
14	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
15	www.scribd.com Internet Source	<1 %
16	eprints.whiterose.ac.uk Internet Source	<1 %

Submitted to UIN Raden Intan Lampung

17	Student Paper	<1 %
18	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
20	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
21	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	<1 %
22	tambahpinter.com Internet Source	<1 %
23	journal.unimar-amni.ac.id Internet Source	<1 %
24	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
25	transformative.ub.ac.id Internet Source	<1 %
26	www.russianlawjournal.org Internet Source	<1 %
27	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
28	journal.universitasbumigora.ac.id Internet Source	<1 %

29	ejournal.unhasy.ac.id Internet Source	<1 %
30	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
31	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
32	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	<1 %
33	www.kpi.staimaswonogiri.ac.id Internet Source	<1 %
34	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
35	Abrori, M. Choerul. "Konsepsi Pendidikan Karakter Islam dan Barat (Studi Komparasi Pemikiran Imam Al-Ghazali dan Thomas Lickona)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024 Publication	<1 %
36	pdfcoffee.com Internet Source	<1 %
37	www.idnnews.id Internet Source	<1 %
38	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %

39	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1 %
40	lib.um.ac.id Internet Source	<1 %
41	wardatuladawiyah.wordpress.com Internet Source	<1 %
42	journal.unibos.ac.id Internet Source	<1 %
43	Bayu Irawan, Lestyarini Cindara Putri, Nurmalia Nurmalia. "Polemik Mimetisme Media dan Relasi Etika Dalam Pernikahan Atta dan Aurel di Masa Pandemi", Jurnal Media Penyiaran, 2021 Publication	<1 %
44	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta Student Paper	<1 %
45	ejurnal.kampusakademik.co.id Internet Source	<1 %
46	repository.unsoed.ac.id Internet Source	<1 %
47	www.belajarlagi.id Internet Source	<1 %
48	jurnal.stpi-bim.ac.id Internet Source	<1 %

49	sefidvash.net Internet Source	<1 %
50	Submitted to Politeknik STIA LAN Student Paper	<1 %
51	ojs.umb-bungo.ac.id Internet Source	<1 %
52	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
53	chintyairmanora10.blogspot.com Internet Source	<1 %
54	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
55	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
56	epdf.pub Internet Source	<1 %
57	id.scribd.com Internet Source	<1 %
58	klc.kemenkeu.go.id Internet Source	<1 %
59	www.citeulike.org Internet Source	<1 %
60	www.faktaonline.net Internet Source	<1 %

61	www.grafiati.com Internet Source	<1 %
62	adhihomesite.wordpress.com Internet Source	<1 %
63	adoc.pub Internet Source	<1 %
64	amazing-glutathione.com Internet Source	<1 %
65	dinastirev.org Internet Source	<1 %
66	eprints.ners.unair.ac.id Internet Source	<1 %
67	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
68	forum.upbatam.ac.id Internet Source	<1 %
69	issuu.com Internet Source	<1 %
70	journal.widyakarya.ac.id Internet Source	<1 %
71	jurnal-id.com Internet Source	<1 %
72	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %

73

podcasters.spotify.com

Internet Source

<1 %

74

pt.scribd.com

Internet Source

<1 %

75

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

<1 %

76

unpar.ac.id

Internet Source

<1 %

77

www.rsisinternational.org

Internet Source

<1 %

78

www.tetradio.gr

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Manajemen Redaksi Komunikasi Nusantaratv.com dalam Membangun Reputasi di Era Persaingan Industri Media Online

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23
