



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 13788-13800

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Manajemen Redaksional Desk Gaya Hidup di Tempo.co

Jessyca Gazella^{1✉}, Danang Trijayanto²

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Ekonomi, Bisnis, dan Ilmu Sosial,

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email: jessycagazella@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang semakin pesat memudahkan masyarakat dalam mencari informasi atau berita. Dengan mempunyai manajemen perusahaan yang baik maka dapat menciptakan artikel berita yang berkualitas serta keberhasilan perusahaan akan tercapai. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih detail mengenai bagaimana strategi manajemen redaksi yang digunakan Tempo.co pada Desk Gaya Hidup dengan menerapkan empat fungsi menurut Terry yaitu mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan model deskriptif, sumber data diperoleh dari observasi, wawancara, dan data dokumentasi jurnal. Hasil penelitian menjelaskan bahwa divisi redaksi desk Gaya Hidup Tempo.co dalam proses pembuatan artikel berita melalui beberapa tahapan mulai dari merencanakan angle berita, melakukan Kerjasama dalam tim redaksi, penulisan artikel berita, dan melakukan evaluasi. Selain itu, dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat Tempo.co melakukan riset dan verifikasi data, bersifat objektif, dan selalu mengecek keakuratan berita sesuai dengan faktanya.

Keywords: Tempo.co, manajemen redaksi, strategi, manajemen media.

Abstract

The rapid development of science and technology makes it easier for people to find information or news. By having good company management, you can create quality news articles and the success of the company will be achieved. This research was conducted to find out in more detail about how the editorial management strategy used by Tempo.co in the Lifestyle Desk by implementing four functions according to Terry, starting from planning, organizing, activating, and supervising. This study uses a qualitative method with a descriptive model, data sources obtained from observations, interviews, and journal documentation data. The results of the study explained that the editorial division of the Tempo.co Lifestyle desk in the process of making news articles went through several stages starting from planning news angles, collaborating within the editorial team, writing news articles, and conducting evaluations. In addition, to increase public trust, Tempo.co conducts research and data verification, is objective, and always checks the accuracy of the news according to the facts..

Keywords: Tempo.co, editorial management, strategy, media management.

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat memudahkan kita untuk mendapatkan sebuah informasi. Media online menjadi salah satu sumber untuk menyebarkan informasi terbaru dengan cepat untuk mengetahui keadaan lingkungan sekitar kita. Zaman sekarang media online mudah diakses melalui berbagai aplikasi dan platform. Informasi mengenai berita terkini dapat diakses menggunakan smartphone dimana saja dan kapan saja.

Kebutuhan dan keinginan informasi setiap pembaca berbeda menjadikan sebuah portal berita media online menyediakan informasi yang berkaitan dengan berbagai aspek mengenai ekonomi, politik, sosial, pendidikan, dan lainnya. Perkembangan industri media yang semakin pesat membuat persaingan antar media semakin sengit. Media massa harus terus melakukan perubahan inovasi dan mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi agar dapat mempertahankan eksistensi media dan meningkatkan kualitas media.

Perindustrian media di Indonesia sudah mulai berkembang sejak akhir tahun 1980an. Era reformasi menjadi titik melesatnya perkembangan industri media massa. Hadirnya era media baru (New media) membawa sejumlah peluang dan tantangan bagi bisnis media massa. Strategi manajemen media menjadi sangat penting bagi industri media massa untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik secara profesional dan mencapai tujuan organisasi. (Ummah, 2021)

Situs berita online terpercaya di Indonesia salah satunya adalah tempo.co. Tempo.co merupakan media massa sejak tahun 1995 menyesuaikan kebutuhan para pembaca dengan menyajikan berita yang berkualitas, informatif, dan faktual. Tempo memiliki standar yang

tinggi dalam bidang jurnalistik saat meliput peristiwa dan menuliskan artikel berita secara rinci dan mendalam. Tempo.co memiliki beberapa desk seperti Nasional, bisnis, metro, bola, tekno, dunia, gaya hidup, olahraga, otomotif, tekno, dan lainnya. Tempo.co awalnya adalah sebuah media cetak majalah yang memberikan berita terkini dan relevan dengan masyarakat. Namun dengan seiring berjalannya waktu, Tempo.co mulai bertransformasi dari media cetak menjadi digital yang dapat diakses melalui website, aplikasi, dan media sosial. (Tempo.co, 2021)

Menurut data statistic Media Massa yang dapat dipercaya Masyarakat Indonesia pada bulan Februari 2022 dari laporan survei Reuters Institute yang berjudul *Digital News Report 2022*, situs berita online Tempo.co termasuk dalam media massa yang dapat dipercaya di Indonesia. Tempo.co mendapatkan kepercayaan sebesar 57% dari responden. Berbeda dengan media CNN yang mendapat tingkat kepercayaan tertinggi sebesar 66% responden. Survei ini dilakukan dengan sebanyak 2.068 responden di Indonesia. (Annur, 2022)

Mendapatkan kepercayaan publik akan artikel berita yang diterbitkan di situs berita sangat penting. Oleh sebab itu, strategi manajemen redaksional menjadi hal yang sangat penting dan cukup diperhatikan dalam media untuk dapat memastikan bahwa artikel berita yang diterbitkan mempunyai kualitas, daya tarik, dan minat bagi para pembaca. Selain itu, strategi yang ada dapat membantu media untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja divisi redaksi sehingga dapat menghasilkan kinerja yang lebih maksimal untuk menghasilkan artikel berita yang bernilai dan lebih banyak dengan waktu yang lebih singkat.

Strategi manajemen redaksi mempertimbangkan faktor eksternal seperti tren industri media dan perilaku konsumen, serta berbagai faktor internal seperti sumber daya yang tersedia dan keahlian redaksi. Strategi manajemen redaksional dengan demikian menjadi penting bagi keberhasilan media dan menjadi faktor penting dalam menghasilkan keuntungan dan bertahan dalam industri media yang kompetitif.

Kata manajemen berasal dari Bahasa Perancis kuno yaitu *ménagement* yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Manajemen secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses yang didalamnya secara garis besar mencakup fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Istilah manajemen secara sederhana dapat diartikan sebagai pengelolaan, pengaturan, pembinaan, dan penataan. (Dr. Irene Silvani, Elok Perwirawati, & Besti Rohana Simbolon, 2021)

Strategi manajemen redaksi merupakan serangkaian tindakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen redaksi untuk memastikan kesuksesan penerbitan suatu media dalam menghasilkan konten yang relevan, menarik, dan berkualitas tinggi serta dapat

meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja dalam divisi redaksi. Strategi dalam divisi redaksi ini meliputi berbagai aspek, seperti perencanaan, penentuan isi, penjadwalan, pengelolaan tim, dan interaksi dengan para pembaca agar dapat memenuhi tujuan bisnis dan editorial. Dalam manajemen redaksional media massa di Indonesia memiliki strategi yang berbeda dalam menyajikan artikel beritanya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Firda Susilawati dan Djudjur Luciana Radjagukguk melalui penelitian pada media Detik.com Ditemukan bahwa media tersebut memiliki strategi pemilihan isu yang populer dan yang sedang ramai diperhatikan publik untuk menarik minat pembacanya. Isu yang sedang ramai dibicarakan banyak orang diolah menjadi berita yang menarik dan update. Detik.com juga memiliki strategi perencanaan yang terstruktur serta menjaga nilai dan kualitas yang disajikan untuk para pembaca. Selain itu, Detik.com memiliki strategi peliputan yang cepat karena membutuhkan informasi yang cepat, akurat dan kredibel. Portal berita Detik.com memiliki mekanisme organisasi yang baik dan tersusun dengan rapi. (Susilawati & Radjagukguk, 2020)

Manajemen Redaksi Kompas.com dari penelitian yang dilakukan oleh Widyawati dan Farid Rusdi ditemukan bahwa strategi memberikan konten atau berita yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dengan menarik menggunakan desain yang unik dan berbeda agar dapat menarik minat pembaca khususnya generasi muda. Kompas.com juga memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi seperti Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, dan lainnya. Selain itu, Kompas.com menghasilkan berita yang kredibel sesuai dengan fakta yang ada sehingga mendapatkan kepercayaan masyarakat Indonesia dalam mencari berita. (Widyawati & Rusdi, Strategi Redaksi Media Kompas.com dalam Menarik Minat Generasi Milenial, 2023)

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Devi Kumalasari pada manajemen redaksi media IDN Times mempunyai sepuluh peraturan yang harus ditaati oleh semua pegawai tim redaksi dalam mengerjakan tugasnya. Peraturan yang telah ditetapkan berfungsi untuk mencapai tujuan Bersama. Di dalam redaksi IDN Times dibagi menjadi beberapa kelompok agar bisa saling membantu satu sama lain. Artikel berita yang disajikan IDN Times berupa format *listicle* atau dibuat dengan poin-poin. Format poin-poin penting dalam artikel berita IDN Times digunakan agar memudahkan pembaca menyerap informasi yang disajikan khususnya generasi millennial. Judul berita yang digunakan dalam artikel berita harus sesuai dan berkaitan dengan isi berita. Evaluasi pada Redaksi IDN Times dilakukan antara CEO dan seluruh anggota redaksi setiap tiga bulan sekali untuk membahas kemajuan atau kendala apa saja yang dialami. (Kumalasari, 2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Wiji Agustin Sasmita terhadap manajemen redaksi

Tirto.id. Hasil penelitian skripsi tersebut menjelaskan bahwa Tirto.id tidak hanya mengutamakan kecepatan berita tetapi juga memperhatikan kedalaman informasi yang sesuai dengan fakta. Strategi yang dilakukan Tito.id dalam menyajikan berita di media online dengan membuat perencanaan konten yang dibutuhkan masyarakat dalam rapat, selanjutnya reportase ke lapangan mencari informasi, meriset kembali data yang ditemukan di lapangan, memberikan dan videografik atau infografik yang mudah dipahami agar menarik perhatian pembaca. (Sasmita, n.d.)

Hasil Penelitian tesis yang dilakukan oleh Bulan Khairati Wilti terhadap manajemen redaksi Sindonews.com. faktor dalam perencanaan Sindonews.com saat menentukan ide atau isi berita dipengaruhi oleh ketertarikan orang, dramatis, atau kejadian yang menjadi perhatian banyak orang. Koordinasi kerja antaraterusu pimpinan redaksi dengan seluruh anggota redaksi dilakukan melalui grup Whatsapp dan dalam pantauan *hybrid*. Teknik penulisan dalam Sindonews.com menggunakan piramida terbalik dan unsur 5W + 1H. Pengawasan yang dilakukan oleh manajemen redaksi Sindonews.com berada di bawah pengawasan Koordinator Liputan. Tulisan yang dibuat oleh reporter di lapangan harus sesuai dengan komando Koordinator Liputan agar berita dapat dipercaya dan tidak menyebarkan berita hoax. (Wilti, 2022)

Dari Penelitian diatas ditemukan persamaan dengan peneliti yaitu kesamaan membahas tentang Strategi Pemberitaan atau Strategi dalam Pemberitaan Portal Online. Masalah stategi pada desk Gaya Hidup di Tempo.co menjadi hal yang sangat penting mulai dari perencanaan liputan hingga tahap evaluasi. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti berbeda dan strategi manajemen redaksi yang diterapkan dalam setiap media massa di Indonesia berbeda-beda.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dengan model deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian berdasarkan data yang tidak berbentuk angka maupun bilangan melainkan berbentuk sebuah pernyataan atau kalimat yang menjelaskan suatu fenomena lengkap dan digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai sebuah fenomena dalam konteks alamiahnya. (Dr. Umar Sidiq & Dr. Moh. Miftachul Choiri, 2019)

Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan secara detail, sistematis, akurat, dan aktual mengenai objek tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui strategi manajemen redaksi Tempo.co dalam prinsip perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Untuk mengetahui keabsahan data dalam penelitian ini, maka penelitian

menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber ialah dengan mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama, data dikatakan absah apabila adanya konsistensi atau kesesuaian antara informasi yang didapatkan dari informan satu dengan informan lainnya. (Sugiyono, 2014)

Peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian diperoleh melalui observasi dan sesi wawancara dengan narasumber redaktur gaya hidup Tempo.co sebagai key informan. Sedangkan, data sekunder diperoleh dari buku-buku, artikel, jurnal penelitian, dan studi literatur yang relevan dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada umumnya, Tempo.co adalah suatu portal berita online di Indonesia yang menyajikan artikel berita tentang politik, ekonomi, Pendidikan, Kesehatan, olahraga, dan lainnya. Tempo.co telah mengalami perubahan dan perkembangan seiring berjalannya waktu. Tempo.co merupakan bentuk transformasi digital yang sebelumnya termasuk dalam media cetak seperti majalah dan koran Tempo yang diterbitkan setiap minggunya. Tempo memiliki visi untuk meningkatkan kebebasan publik untuk bisa memberikan pendapat dan menghargai perbedaan serta misi yang dapat menghasilkan artikel berita yang mempunyai nilai dan kualitas yang tinggi sesuai dengan kode etik jurnalistik. Nilai-nilai yang dimiliki Tempo.co antara lain dapat dipercaya, egaliter, merdeka, profesional dan inovatif, dan objektif dan independen

Strategi Manajemen yang efisien dan efektif didukung oleh adanya sumber daya manusia dalam memberikan dampak positif perkembangan media online. Sumber daya manusia adalah hal yang penting kelangsungan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, penting adanya manajemen redaksi Redaksi untuk mengarahkan dan mengatur strategi mencapai tujuan, memajukan, dan mengembangkan media massa seperti menghasilkan produk-produk jurnalistik yang berkualitas serta meningkatkan *pageviews* dalam artikel yang telah diterbitkan.

Analisis penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana strategi manajemen pada desk Gaya Hidup di Tempo.co. Teori Manajemen redaksi merupakan suatu metode yang bertujuan untuk mengatur segala aspek yang berhubungan dengan proses penerbitan artikel berita pada media massa agar efektif dan efisien. Terdapat empat tahapan manajemen yang dijalankan oleh Tempo.co pada desk Gaya Hidup menurut George R. Terry yaitu 4 fungsi manajemen redaksi POAC yakni *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerakan), dan *Controlling* (Pengawasan).

Tahap *Planning* (Perencanaan)

Menurut George R. Terry, Tahap perencanaan adalah manajemen redaksi harus membuat rencana strategis tentang proses pembuatan artikel berita mulai dari penulisan hingga artikel berita tersebut diterbitkan agar dapat memenuhi kebutuhan para pembaca. Melalui perencanaan, manajemen redaksi dapat mengetahui tujuan, strategi, visi, dan misi yang akan dicapai dalam waktu jangka pendek maupun jangka Panjang. (Terry, 2016) Perencanaan merupakan pondasi awal yang menentukan arah manajemen agar berjalan dengan baik. (Suryani & Srimulyani, 2018)

Tahap awal perencanaan manajemen redaksi desk gaya hidup pada portal berita tempo.co yaitu Editor maupun reporter lebih dulu Menyusun daftar isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan oleh publik atau trending saat malam hari yang akan dibahas dalam rapat keesokan harinya. Rapat harian akan dihadiri oleh pimpinan redaksi, redaktur gaya hidup, editor, dan reporter Tempo. Rapat harian dilaksanakan pada pagi hari pukul 08.00 WIB melalui virtual dan Group Whatsapp. Pada saat rapat berlangsung, akan ditentukan satu orang perwakilan setiap desk yang akan mempresentasikan dan menjelaskan susunan daftar isu-isu yang akan ditulis dalam artikel berita. Hal itu akan dibahas, ditentukan, dan didiskusikan bersama dalam rapat. Hasil rapat dapat berupa usulan, saran, dan tambahan mengenai angle atau isu yang cocok untuk diangkat menjadi bahan berita oleh pimpinan redaksi.

“Rapat harian setiap hari sebelum jam 08.00 WIB masing-masing desk memberikan perencanaan mau bikin artikel tentang apa hari ini, desk Gaya Hidup akan meriset fenomena apa yang heboh, kita mau angle ini buat hari ini, Rapat pagi dihadiri oleh semua staff redaksi hingga pemimpin Redaksi Tempo.co. Saat rapat berlangsung berdiskusi bersama dan ada moderatornya, presentasi desk perencanaan yang sudah dibuat.”

Manajemen redaksi memberikan kesempatan kreatifitas untuk mengusulkan maupun ingin mengangkat dan memilih angle berita seperti apa, redaktur akan menanyakan apakah ada ide baru. Tanda Apresiasi terhadap kinerja staff dilakukan dengan kenaikan gaji maupun kenaikan pangkat.

“Dalam Gaya hidup kami diberikan kesempatan dan kepercayaan yang cukup luas untuk membuat karya-karya yang kreatif. Meskipun tetap berada di bawah pengawasan pemimpin redaksi. Di kantor sendiri ada kenaikan pangkat setiap tiga bulan akan dinilai oleh atasan hingga pemimpin redaksi turun tangan menilai kinerja staff redaksi.”

Tahap *Organizing* (Pengorganisasian)

Fungsi manajemen redaksi dalam pengorganisasian saling berhubungan dengan pembagian tugas dan tanggungjawab antar individu dan mengatur struktur organisasi tim redaksi. Dalam tahap pengorganisasian, manajemen harus mampu menyeimbangkan tugas antara editor, reporter, fotografer, dan tim redaksi lainnya sehingga dapat menjalankan tugasnya dengan efektif dan efisien. (Terry, 2016) Pembagian tugas reporter di lapangan ditentukan oleh redaktur yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti lokasi liputan, kemampuan kompetensi, intensitas banyaknya liputan di lapangan, dan skala prioritas undangan liputan yang diterima oleh redaktur. Untuk pembagian jadwal kerja juga dibuat setiap bulan dan ditentukan oleh redaktur setiap desk yang dibagikan melalui Group Whatsapp. Hari Kerja dan libur dapat didiskusikan dan disesuaikan kembali di group Whatsapp.

“Jadwal setiap bulan cukup baik dalam mengatur, menanyakan pendapat staff redaksi ingin libur hari apa, tidak semua kantor seperti itu. Karena Hari libur kerja tidak hanya hari Sabtu dan Minggu, bisa meminta waktu untuk libur. Redaktur biasa yang membuat jadwal tersebut, redaktur turut melihat proporsi tenaga dalam satu hari bagaimana biasanya Hari Minggu acara liputan tidak terlalu banyak maka yang libur agak banyak dibandingkan yang bekerja.”

Struktur organisasi desk Gaya Hidup di Tempo.co terdiri dari Kepala Gaya Hidup, Redaktur, dan staff redaksi seperti Editor dan Reporter Gaya Hidup Tempo.co. Redaktur Gaya hidup mempunyai tugas untuk memberikan arahan dan mengawasi kinerja staff redaksi. Tugas utama yang dilakukan dalam divisi redaksi sebagai reporter maupun editor adalah meliput sebuah fenomena atau kegiatan yang menarik perhatian publik, mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, dan menulis artikel berita. Editor pada desk gaya hidup Tempo.co memiliki tugas untuk memperbaiki dan menambahkan hasil tulisan liputan reporter agar sesuai dengan kode etik jurnalistik.

“Terkait pembagian pekerjaan sebagai Editor yang mengepalai di Desk Gaya Hidup, tahu bahwa yang satu sudah handle sosial media, akan dialihkan pekerjaan lain pada staff redaksi untuk meliput isu baru yang perlu ditulis, jika bantuan diperlukan Redaktur juga turut membantu staff redaksi dalam tugas pekerjaannya, dan melihat proporsi pekerjaan seperti apa.”

Tahap *Actuating* (Penggerakan)

Menurut George R.Terry, Fungsi manajemen redaksi dalam penggerakan adalah kegiatan yang telah direncanakan dan diorganisasikan oleh tim redaksi, manajemen harus

memperhatikan pelaksanaan artikel berita mulai dari proses pengumpulan data dan informasi, penulisan berita, pengeditan, hingga penerbitan artikel media massa. Dalam pelaksanaannya manajemen redaksi harus mengedepankan aspek keakuratan, kredibilitas, dan kualitas saat menjalankan tugasnya. (Terry, 2016). Penggerakan termasuk dalam upaya untuk membuat seluruh staff redaksi agar mau bekerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan perencanaan dan pengorganisasian. Morissan mengungkapkan bahwa kegiatan dalam memberikan arahan dan pengaruh mencakup empat kegiatan penting seperti memberi motivasi, pelatihan, komunikasi, kepemimpinan. (Morissan, 2008)

Portal berita Tempo.co desk Gaya Hidup merupakan media massa yang menyajikan artikel berita didominasi oleh artikel yang berbentuk softnews, timeless, dan listicle. Artikel berita desk Gaya Hidup diterbitkan setiap harinya yang terdiri dari Seleb, *lifestyle* (Gaya), Travel, Cantik, Disabilitas. Tahap penggerakan yang dilakukan oleh manajemen redaksi desk Gaya Hidup Tempo.co terdiri dari tiga kegiatan yaitu peliputan, penulisan, dan penyuntingan.

Peliputan adalah kegiatan awal reporter dalam proses mencari dan mengumpulkan informasi di lapangan. Peliputan dapat dilakukan melalui Teknik wawancara melalui doorstep, konferensi pers, wawancara khusus, observasi, dan riset data. Sebelum melakukan peliputan di lapangan terlebih dahulu melakukan riset data, melalui riset Pustaka seperti buku, artikel, jurnal, dsb, riset internet melalui sosial media seperti Instagram, Google, LinkedIn, Youtube dan lainnya, riset melalui koran atau majalah, dan riset latar belakang peristiwa. Reporter membuat outline dan menyiapkan daftar pertanyaan untuk narasumber, pertanyaan tersebut didasari oleh riset yang dilakukan pada tahap awal. Setelah Menyusun outline dan membuat daftar pertanyaan dilanjutkan dengan melakukan Teknik wawancara seperti doorstep atau menghadiri acara konferensi pers untuk menggali informasi lebih detail dan lengkap. Setelah mendapat informasi dan bahan artikel selanjutnya tahap penulisan artikel berita.

Penulisan artikel berita menggunakan Teknik reportase, menggunakan pola penulisan piramida terbalik, tentukan angle berita bagain mana yang akan menjadikan fokus, mempunyai unsur 5W+1H (Who, When, Why, What,Where, dan How) artikel berita atau naskah minimal ditulis dengan 300 karakter, memberikan *keywords* yang sesuai dengan isi artikel, dan memperhatikan tanda baca EYD dan kata-kata yang sesuai dengan KBBI, dan buat ringkasan cerita sebagai panduan menulis. Selama penulisan artikel berita perlu melakukan riset agar melakukan pengecekan ulang mengenai fakta dan kebenaran infromasi yang didapatkan. Artikel berita diunggah melalui CMS reporter dan selanjutnya akan masuk tahap pengeditan.

Tahap editing atau penyuntingan adalah bagian memperbaiki dan menyempurnakan tulisan sesuai dengan kode etik jurnalistik. Pada tahap penyuntingan artikel berita diperbaiki oleh editor atau redaktur Gaya Hidup Tempo.co. Redaktur ataupun Editor akan menyortir artikel berita mana yang akan dipublish. Editor memperbaiki tulisan mulai dari judul atau *Headline* berita agar lebih menarik dibaca dan logis, Memperbaiki kalimat menjadi lebih efektif, mudah dimengerti pembaca, dan lebih jelas, Memperbaiki ejaan tanda baca, kata, dan kalimat yang typo, dan mengubah atau memastikan keakuratan artikel berita sudah sesuai dengan fakta. Setelah melewati proses penyuntingan artikel berita akan diterbitkan untuk pembaca.

"Kami edit, kami cek kembali naskah yang sudah ditulis reporter, apakah sudah benar mulai dari nama tokoh, apakah sudah benar narasi yang digunakan seperti ini jangan sampai nanti bisa salahkaprah, setelah sudah tahap editing nanti kita terbitkan dipublish untuk publik."

Tahap Controlling (Pengawasan)

Fungsi Manajemen redaksi pada tahap pengawasan yaitu mampu memantau dan mengendalikan media dalam menjaga artikel berita yang sudah diterbitkan untuk publik. Pengendalian dapat dilakukan dengan pengawasan yang ketat dan tetap mengikuti standar-standar yang berlaku pada divisi redaksi, melakukan evaluasi terhadap kinerja tim redaksi, serta terus melakukan pengecekan terhadap tujuan yang sudah ditetapkan dan kinerja yang dilakukan. (Terry, 2016) Jika pengawasan tidak dilakukan, fungsi dan tahapan manajemen redaksi tidak akan berjalan secara maksimal. (Pattia & Radjagukguk, 2020)

"Tempo.co termasuk media online dan mata kita banyak, mata kita yang dimaksud adalah tim redaksi, tim customer service, tim audev (Audience Development) yang mengurus sosial media Tempo, bahkan netizen yang menilai bahwa tulisan Tempo bagus dan mengkritik tulisan kami baik koran, majalah, dan online, Tim Audev akan memantau komentar netizen..."

Pengawasan pekerjaan dalam redaksi desk Gaya Hidup Tempo.co dilakukan oleh seluruh karyawan yang terlibat. Redaktur desk Gaya Hidup Tempo.co memiliki tanggungjawab sebagai pengawas kinerja reporter-reporter yang ada di kanalnya. Pengawasan internal Tempo.co juga memiliki Group Whatsapp yang memantau kinerja karyawan.

"Ada grup Auto Kritik, jadi kita bisa mengkritik tulisan teman-teman kita, mengingatkan bahwa judul berita dan angle berita bagus tetapi kurang dalam menggali informasi."

Sedangkan pengawasan eksternal didapatkan dari komentar atau feedback pembaca (netizen) melalui sosial media atau feedback langsung yang diterima dari redaktur.

“Jika komentar netizen banyak mengandung hal yang negative akan dialihkan kepada tim redaksi, kenapa hal tersebut dapat terjadi dan akan dicek kebenaran dan dipastikan Kembali fakta yang ditulis. Jika tulisan memang terbukti benar sesuai kode etik jurnalistik maka tidak akan diubah apapun, dan akan menjadi evaluasi kami kedepannya.”

Hubungan feedback dari pembaca (netizen) menjadi bahan evaluasi tim redaksi, selanjutnya akan ditampung oleh redaktur dan didiskusikan dengan pemimpin redaksi dalam Group Whatsapp. Pemimpin redaksi, redaktur, dan reporter akan berdiskusi bersama diubah atau tidaknya artikel berita yang sudah diterbitkan tergantung hasil dan keputusan diskusi.

“Kami sangat terbuka terhadap kritik dari pembaca, ada banyak mata yang memantau tim redaksi jika ada tulisan yang tidak benar, bohong, dan hoax reporter yang menulis artikel tersebut akan dilakukan investigasi dan disidang.”

Evaluasi kinerja terhadap divisi redaksi desk Gaya Hidup di Tempo.co pada evaluasi internal dilakukan seminggu sekali oleh redaktur, editor, dan reporter gaya hidup. Evaluasi membahas kendala apa yang dihadapi dan bagaimana solusinya, kekurangan yang harus ditingkatkan, dan hal positif yang perlu dipertahankan. Rapat Evaluasi setiap minggu sekali akan dilakukan staff redaksi dalam desk Gaya Hidup dengan SEO atau tim Audev (Audience Development) melalui virtual.

“Tim Audev dan SEO perminggu akan melihat data insight tulisan yang diterbitkan, seperti jika ada isu kontroversi perceraian sebaiknya tidak ditulis dan dihindari, evaluasi tetap berjalan setiap minggu.”

Strategi manajemen yang dilakukan redaksi desk Gaya Hidup di Tempo.co dalam meningkatkan kepercayaan publik yaitu menjaga keakuratan berita dengan melakukan riset terlebih dahulu dan melakukan konfirmasi serta verifikasi informasi dan data yang ditemukan dengan narasumber atau pelaku, artikel berita yang ditulis bersifat objektif tidak dipengaruhi oleh kepentingan pribadi, ketika menyadur artikel asing menggunakan minimal dua sumber yang berbeda, dan menyajikan artikel berita yang seimbang dan adil.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Manajemen Redaksional desk Gaya Hidup di Tempo.co, maka dapat ditarik kesimpulan adalah Strategi Manajemen redaksi Tempo.co yang efisien dan efektif didukung oleh adanya sumber daya manusia dalam memberikan dampak positif perkembangan media

online. Oleh karena itu, penting adanya manajemen redaksi Redaksi untuk mengarahkan dan mengatur strategi mencapai tujuan, memajukan, dan mengembangkan media massa seperti menghasilkan produk-produk jurnalistik yang berkualitas serta meningkatkan page views dalam artikel yang telah diterbitkan.

Tempo.co dalam proses alur produksi jurnalistik desk Gaya Hidup telah menerapkan empat fungsi manajemen mulai dari Perencanaan, Pengorganisasian, Pergerakan, dan Pengawasan. Dalam tahap perencanaan redaksi Tempo.co menyusun perencanaan liputan dengan merencanakan isu-isu berita yang sedang ramai dibicarakan oleh publik, melakukan riset latar belakang peristiwa, dan menentukan angle berita.

Kemudian yang kedua pada tahap pengorganisasian, manajemen redaksi menetapkan struktur organisasi sesuai dengan tugas staff redaksi. Pembagian tugas reporter yang dilakukan oleh redaktur pada reporter yang akan meliput kejadian di lapangan maupun reporter yang akan menghadiri acara konferensi pers. Setelah mendapatkan informasi dan data yang diperlukan lalu menuliskan naskah berita.

Selanjutnya ketiga, fungsi penggerakkan Tempo.co desk gaya hidup mempunyai karakteristik dalam artikel berita mulai dari peliputan, penulisan, dan pengeditan. Penulisan berita Tempo.co memiliki Teknik penulisan piramida terbalik dan menggunakan unsur 5w+1H (What, Why, Who, When, Where, dan How) selanjutnya editor akan memperbaiki tulisan reporter sesuai kaidah kode etik jurnalistik dan menerbitkan berita.

Yang terakhir yaitu pengawasan, pengawasan yang dilakukan oleh Tempo.co adalah artikel berita yang sudah dipublish selalu dipantau oleh banyak mata mulai dari pemimpin redaksi hingga netizen. Proses evaluasi berita yang diterbitkan dilakukan setiap seminggu sekali agar memastikan tidak ada kesalahan dan kekeliruan informasi yang telah diterbitkan menghindari terjadinya penyebaran berita hoax.

Selain itu, Strategi manajemen redaksi Tempo.co dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat Indonesia dengan melakukan konfirmasi dan verifikasi data terkait informasi yang ditemukan, melakukan riset dan pengecekan artikel berita sudah sesuai dengan fakta, dan artikel bersifat objektif tidak memihak pihak manapun.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, June 16). *databoks*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/ini-merek-media-yang-banyak-dipercaya-warga-indonesia>
- Dr. Irene Silvani, M., Elok Perwirawati, M., & Besti Rohana Simbolon, S. M. (2021). *Manajemen Media Massa*. Surabaya : Scopindo Media Pustaka .

- Dr. Umar Sidiq, M., & Dr. Moh. Miftachul Choiri, M. (2019). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN*. Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Kumalasari, A. (2019). Manajemen Redaksi IDN Times Dalam Menghadapi Persaingan Media Online. *The Commercium Vol 1 No 2*, 91-94.
- Morissan, M. (2008). *Manajemen media penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*. Jakarta : Prenada Media Group .
- Pattia, G., & Radjagukguk, D. L. (2020). Strategi Manajemen Redaksi Radardepok.com Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Digitalisasi . *Populis : Jurnal Sosial dan Humaniera Volume 5 Nomor 1*, 130-138. DOI: <http://dx.doi.org/10.47313/pjsh.v5i1.825>
- Prof.Dr.H.M. Burhan Bungin, S. M. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif:Komunikasi, Ekonomi, dan kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Depok: Kencana Prenada Media .
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, N., & Srimulyani, H. (2018). Strategi Manajemen Redaksi Majalah Mingguan Mangle Di Era Digital. *Kajian Jurnalisme Volume 02 Nomor 01* , 1-24. DOI : <https://doi.org/10.24198/jkj.v2i1.21071>
- Susilawati, F., & Radjagukguk, D. L. (2020). Strategi Pemberitaan Detik Com Dalam Menyebarkan Berita Viral STRATEGI PEMBERITAAN DETIK.COM DALAM PENYEBARAN BERITA VIRAL DI WEBSITE WWW.DETIK.COM. *Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol.41, No.68*, 8028-8044. DOI: <http://dx.doi.org/10.47313/jib.v41i68.877>
- Tempo.co*. (2021). Retrieved from Tempo.co: <https://www.tempo.co/about>
- Terry, G. R. (2016). *Prinsip Prinsip Manajemen. Terjemahan J. Smith*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Turner, B. (2002). *The writer's handbook*. Palgrave Macmillan.
- Ummah, A. H. (2021). *Manajemen Industri Media Massa* . Banda Aceh : Syiah Kuala University Press .
- Widyawati, & Rusdi, F. (2023). Strategi Redaksi Media Kompas.com dalam Menarik Minat Generasi Milenial. *Koneksi Vol. 7*, 28-34. DOI: <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.15978>
- Wilti, B. K. (2022). MANAJEMEN REDAKSIONAL SINDONEWS.COM DALAM MENENTUKAN BERITA YANG LAYAK DIPUBLIKASIKAN.