

**MANAJEMEN REDAKSIONAL AKUN INSTAGRAM @INFOPONOROGO**

**SEBAGAI MEDIA *CITIZEN JOURNALISM***

**SKRIPSI**



Oleh:

**Layla Wantriani Octavia**

**NIM. 302200121**

Pembimbing:

**Dr. Faiq Ainurrofiq. M.A**

**NIP. 198401302011011008**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2024**

## ABSTRAK

**Octavia, Layla Wantriani. 2024** *Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoonorogo Sebagai Media Citizen Journalism*. Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Dr. Faiq Ainurrofiq, M.A

Kata Kunci: Manajemen Redaksional, *Citizen journalism*, Instagram

Media memiliki peran penting dalam membangun dan mendukung kebutuhan informasi bagi khalayak. Media sosial Instagram merupakan salah satu media *sharing*, dimana pengguna dapat dengan bebas berbagi informasi seperti foto, video yang dibantu dengan keterangan informasi (*caption*). Berkembangnya media sosial ini dapat menjadi wadah jurnalis warga dalam memberikan informasi. *Citizen journalism* memanfaatkan media untuk penyebaran informasi secara cepat. Salah satunya media sosial Instagram akun @infoonorogo yang menjadi wadah informasi masyarakat sekitar Ponorogo. Oleh karena itu, dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai media informasi yang dimanfaatkan oleh *citizen journalism* harus memperhatikan manajemen redaksional dalam pengelolaannya.

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk menjelaskan: (1) Proses perencanaan dalam manajemen redaksional akun instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*, (2) Proses pengorganisasian dalam manajemen redaksional akun instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism* (3) Proses pelaksanaan dalam manajemen redaksional akun instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism* (4) Tahap evaluasi dalam manajemen redaksional akun instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu model analisis data interaktif Miles dan Huberman. Informan penelitian adalah manager akun @infoonorogo, editor grafis @infoonorogo, dan presenter @infoonorogo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) tahap *planning* @infoonorogo adalah merencanakan manajemen redaksional berdasarkan dengan hasil riset isu, termasuk tren berita terkini, mempertimbangkan sasaran, dan menyusun jadwal posting. (2) tahap *organizing* @infoonorogo pada manajemen redaksional telah disesuaikan dengan *skill* yang dimiliki oleh para staf pengelola seperti melibatkan staf editor, marketing, reporter, dan departemen lain. (3) tahap *actuating* @infoonorogo terdapat berita kiriman *citizen journalism* yang akan dikelola melalui penyutingan dengan mempertimbangkan validitas berita, tim pengelola juga melakukan kegiatan reportase, penulisan, dan penyutingan. (4) tahap *controlling* @infoonorogo dilakukan, dengan melibatkan pengukuran jangkauan konten, evaluasi kendala-kendala dilapangan, dan mempertimbangkan konten untuk diunggah.

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama Saudari:

Nama : Layla Wantriani Octavia  
NIM : 302200121  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoponorogo  
Sebagai Media *Citizen Journalism*

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosyah.

Ponorogo, 20 Maret 2024

Mengetahui,  
Ketua Jurusan



Kayyis Fithri Ajhuri, M.A  
NIP. 198306072015031004

Menyetujui,  
Pembimbing

Dr. Faiq Ainurrofiq, M.A  
NIP. 198401302011011008



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**  
**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**  
**PENGESAHAN**

Nama : Layla Wantriani Octavia  
NIM : 302200121  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoponorogo  
Sebagai Media *Citizen Journalism*

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosyah Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo Pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 02 April 2024

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 02 April 2024

Tim Penguji:

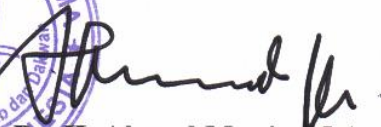
1. Ketua Sidang : Muchlis Daroini, M.Kom.I.
2. Penguji I : Asna Istya M, M.Kom.I.
3. Penguji II : Dr. Faiq Ainurrofiq, M.A.

()  
()  
()

Ponorogo, 02 April 2024

Mengesahkan,  
Dekan



  
**Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag**  
NIP. 196806161998031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**  
Alamat: Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo 63492  
Website: <http://fuad.iainponorogo.ac.id> E-mail: [fuad@iainponorogo.ac.id](mailto:fuad@iainponorogo.ac.id)

**SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Layla Wantriani Octavia

NIM : 302200121

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Judul : Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoonorogo Sebagai Media

*Citizen Journalism*

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id) adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut menjadi tanggung jawab penulis.

Ponorogo, 02 April 2024

Layla Wantriani Octavia

NIM. 302200121

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Layla Wantriani Octavia

NIM : 302200121

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan skripsi yang berjudul: **“MANAJEMEN REDAKSIONAL AKUN  
INSTAGRAM @INFOPONOROGO SEBAGAI MEDIA *CITIZEN  
JOURNALISM*”**

Dengan ini menyatakan bahwa sebenarnya skripsi yang saya tulis ini bukan tulisan yang pernah dibuat untuk kepentingan ilmiah lain, benar-benar merupakan hasil dari karya sendiri, bukan mengambil ahli karya orang lain kecuali pada bagian tertentu yang dirujuk sumbernya, dan bebas unsur-unsur plagiasi (tiruan) dari karya ilmiah orang lain.

Ponorogo, 20 Maret 2024

Pembuat Pernyataan



Layla Wantriani Octavia

NIM:302200121

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Saat ini, hampir seluruh masyarakat memiliki ponsel yang terkoneksi langsung pada internet, sehingga dengan mudah mereka mencari dan mendapatkan informasi dimanapun dan kapanpun. Melihat perkembangan zaman yang telah menghadirkan media baru tentunya media konvensional tergeserkan. Komunikasi dan informasi mudah sekali didapat dengan adanya media sosial. Melalui media sosial kita dapat mengakses informasi yang diinginkan mulai dari informasi personal hingga pengetahuan umum.

Media sosial menurut Michael Cross adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang kedalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web.<sup>1</sup> Media sosial merupakan media online, dengan penggunaanya dapat berpartisipasi, *face to face*, mengirim pesan, audio, video dan masih banyak lagi keunggulan media sosial.<sup>2</sup> Beberapa contoh dari media sosial antara lain ialah Facebook,

---

<sup>1</sup>Imam Azhari Harahap, Nazmia Yusdi Arwana, dan Suci Wahyu Tami Br, "Teori dalam Penelitian Media," t.t.

<sup>2</sup> Nynda Fatmawati Octarina, *Pidana Pemberitaan Media Sosial* (Malang : Setara Press, 2018), 56.

Youtube, *Whatsapp*, Line, Twitter, Instagram dan sebagainya. Tetapi yang menjadi objek penelitian penulis hanya satu media sosial yaitu Instagram.

Dilansir dari [datareportal.com](https://datareportal.com) Instagram telah menarik 86,5% dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 84,8%. Negara Indonesia menempati urutan ke-4 dengan 56,4 juta untuk pengguna Instagram aktif. Perusahaan Instagram membatasi pengguna platform instagram hanya orang yang berusia 13 tahun keatas. Menurut data Pengguna instagram rata-rata berusia 18-35 tahun dengan tujuan pengguna mencari informasi dan berkomunikasi. Perusahaan instagram membatasi pengguna platform instagram hanya orang yang berusia 13 tahun keatas.<sup>3</sup>

Melalui Instagram, masyarakat bisa mendapatkan dan membagikan informasi dengan kebutuhan yang sesuai dengan karakteristik akun yang di ikuti. Seperti, pengguna akun Instagram ingin mengetahui atau membagikan informasi mengenai suatu keadaan dikota tertentu, maka pengguna dapat menyesuaikannya dengan mengikuti akun-akun khusus tersebut. Pada media sosial Instagram masyarakat dapat menjadi penyebar berita dari warga dan untuk warga.

Awalnya masyarakat hanya dianggap sebagai konsumen berita media, untuk kali ini masyarakat mampu ikut turut andil dalam penyebarannya. Meskipun masih menjadi pro dan kontra munculnya istilah *citizen journalism*

---

<sup>3</sup>Dataportal.com, “*Pengguna Instagram, Statistik, Data & Tren*” 2023, <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>.



(jurnalisme warga negara) menjadi ajang revolusi dalam penyebaran informasi. Dengan adanya internet dan perantara blog, semua khlayak dapat menjadi jurnalis. Jurnalis berarti proses pencarian, pengelolaan, penulisan dan publikasi informasi bisa dilakukan melalui perantara blog.<sup>4</sup>

Salah satu sebab yang berkaitan dengan proses penyebaran informasi adalah maraknya pengguna media sosial yang sering disebut dengan *citizen journalism*. Tetapi, dalam dunia komunikasi massa sebuah genre baru *citizen journalism* tentu saja akan mengalami pro dan kontra. Pada pihak kontra memandang bahwa *citizen journalism* belum bisa masuk kedalam ranah jurnalisme (jurnalisme), sebab dalam jurnalisme mensyaratkan banyak hal seperti yang telah terjadi pada dunia kewartawanan.<sup>5</sup>

Jika mengikuti definisi jurnalisme dalam artian klasik, *citizen journalism* tentu saja bukan jurnalisme. Tetapi, aktivitas yang dilakukan didalamnya layaknya seorang penulis buku harian, hanya dalam medianya saja memakai internet. Tidak dapat dipungkiri istilah *citizen journalism* sudah menggejala pada masyarakat digital saat ini. Maka ketika kita sepakat bahwa jurnalisme merupakan menginformasikan kejadian kepada masyarakat, jika seperti itu istilah *citizen journalism* masuk kedalam ranah jurnalisme, ada atau tanpa adanya sistem yang melingkup wartawan dalam mainstream media.

---

<sup>4</sup>Abiyyu Hilmi Pradana, "Shiefti Dyah Alyusi. Media sosial: *Interaksi, identitas dan modalsosial* (Jakarta: Prenada Media,2019), 1–18.

<sup>5</sup>Tom E.Rolnicki, C.Dow Tate, "*Pengantar Dasar Jurnalisme*" (Jakarta:Kencana,2008),18.

Umumnya, informasi yang hadir di media sosial memiliki 4 proses manajemen, yang disebut *news processing*. Dimulai dari tahapan perencanaan, pencarian bahan berita, penulisan berita, penyuntingan berita hingga akhirnya dipublikasikan. Manajemen merupakan proses yang lebih diarahkan pada proses pengelolaan dan mengatur pelaksanaan suatu tujuan pekerjaan, atau serangkaian aktivitas dalam mencapai tujuan tertentu. Menurut Henry Fayol, manajemen merupakan proses menginterpretasikan, mengkoordinasikan sumber daya, sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran melalui tindakan-tindakan dengan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan.<sup>6</sup>

Manajemen redaksional merupakan kegiatan redaksi mulai dari aktivitas riset, perencanaan produksi konten, penyiapan sumber daya, pelaksanaan produksi sehingga dapat terbentuk produk konten berita atau informasi. Jika, pengelola akun tidak paham mengenai manajemen redaksional maka kualitas berita yang disampaikan akan kurang berkualitas, kualitas berita akan berpengaruh pada kualitas informasi yang diberikan, jika kualitas beritanya bagus maka berita yang diberikan akan seperti itu, begitupun sebaliknya.

Menurut Stefanus Akim, manajemen keredaksian adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan

---

<sup>6</sup>Totok Djurotok, *Manajemen Penerbitan Pers*, (2004: 95-96)

tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat.<sup>7</sup> Peter F. Drucker secara jelas mengungkapkan bahwa manajemen menyanggah fungsi sosial yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat.<sup>8</sup>

Fungsi utama manajemen redaksi adalah bagaimana informasi yang disajikan dalam dunia maya dapat diterima dengan baik oleh khalyak. Oleh karna itu, manajemen redaksi yang teratur dan terarah sangatlah penting untuk mempertahankan kualitas sebuah informasi. Manajemen redaksi sendiri terkait dalam hal proses pembuatan berita hingga publiskasi berita. Hal ini, menyangkut kualitas berita yang mana berita layak dimuat akan dipublikasi ataupun sebaliknya. Kelayakan pada berita yang dipublikasikan atau tidak kembali lagi kepada kebijakan dari seorang manager atau dalam bahasa manajemennya ialah pengambil keputusan (*descision maker*). Kemampuan manajemen dalam memanfaatkan fungsi-fungsi manajerial akan turut menentukan berhasil tidaknya sebuah manajemen yang bersangkutan.

Kota Ponorogo sendiri memiliki beberapa akun informasi dan komunikasi di media sosial Instagram seperti, @setenpo, @ponorogo.update, @iloveponorogo, dan @infoponorogo.<sup>9</sup>Salah satu akun Instagram yang menyebarkan informasi seputar kota Ponorogo adalah akun @infoponorogo.

---

<sup>7</sup>Stefanus Akim, “*Manajemen Keredaksian.*” Artikel diakses pada 05 Maret 2024, 19.10 wib dari <https://stefanusakim.blogspot.com/2007/12/manajemen-keredaksian.html?m=1>

<sup>8</sup>Ina Salmah Febriani, “*Analisis deskriptif manajemen redaksi pada Republika Online.*”*Skripsi UIN Syarif* (2010): 40.

<sup>9</sup>Asna Istya Marwantika, Galih Akbar Prabowo, “*Citizen Journalism: Teori, Praktik, dan Model Literasi*” (Yogyakarta: Q-MEDIA, 2023), 163.

Akun Instagram @infoponorogo merupakan akun yang dikelola oleh masyarakatponorogo. Akun @infoponorogo dibuat dengan tujuan dapat membantu warga sekitar Ponorogo, agar mengetahui informasi terkini. Masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi, seperti akun Instagram @infoponorogo menjalankan fungsinya sebagai media sosial, yaitu fungsi pertama sebagai pemberi informasi, kedua berfungsi sebagai pemberi komentar atau interpretasi yang dapat membantu pemahaman makna informasi, fungsi ketiga pembentukan kesepakatan, keempat, kolerasi bagian masyarakat dalam pemberian respon terhadap lingkungan, kelima adalah fungsi terkait transmisi warisan budaya, dan keenam eksresi nilai-nilai dan simbol budaya yang diperlukan untuk melestarikan identitas dan kesinambungan masyarakat.<sup>10</sup>

Akun Instagram @infoponorogo merupakan akun yang menyajikan berbagai macam informasi seputar kota Ponorogo. Adanya akun @infoponorogo dapat membantu masyarakat mendapatkan informasi yang terjadi di kota Ponorogo dengan mudah. Informasi yang diberikan mulai dari informasi acara atau kegiatan, kuliner, cuaca, hingga informasi politik. Karna informasi yang disajikan lengkap dapat menarik pengguna media sosial

---

<sup>10</sup>Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992), 70.

mengikuti akun tersebut.<sup>11</sup> Membentuk intraksi dengan pengikut, saling bertukar informasi telah dilakukan oleh @infoponorogo.

Akun Instagram @infoponorogo ini merupakan salah satu media sosial yang memfasilitasi *citizen journalism* untuk memberikan sebuah informasi yang terbuka dan berguna untuk kepentingan informasi publik. Masyarakat menjadi *citizen journalism* yang bertanggung jawab akan penerbitan sebuah berita online. Cara penyampaian berita yang dipublik oleh *citizen journalism* dikemas dalam informasi yang dapat dipahami oleh khalayak sekitar. Hal yang disampaikan oleh *citizen journalism* juga bersifat umum, maka karenanya penggunaan tatanan bahasa dibuat ringkas tapi mengandung sebuah informasi yang valid.

Akun Instagram @infoponorogo memiliki pengikut sebanyak 236rb lebih dan 5.000 lebih postingan. Melalui observasi awal yang dilakukan peneliti, ditemukan dalam penyajian berita oleh Instagram @infoponorogo terdapat aspek yang kurang memperhatikan kaidah penulisan jurnalistik. Berita yang ada pada akun tersebut tidak menyeluruh atau konprehensif. Hal tersebut, dikarenakan, informasi yang diperoleh merupakan hasil kiriman dari jurnalis warga (*citizen journalism*) yang memberitakan suatu hal saat terjadi bukan hal yang sudah terjadi. Hal ini terjadi karna perubahan era digital yang

---

<sup>11</sup>Asna Istya Marwantika, Galih Akbar Prabowo, dan Ahmanda Fitriyana Fauzi, "Social Media Literacy Assistance to Ponorogo Instagram Admins as Citizen Journalism Activities," *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement* 4, no. 2 (2 Agustus 2023): 555–69, <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2287>.

mampu mempengaruhi dunia jurnalistik. Karena media sekarang ini mengejar kecepatan dalam penyebaran informasi dan sering kali mengabaikan ketepatan dalam informasi yang disampaikan. Informasi yang dipublikasikan bisa saja didapat dari seorang jurnalis tanpa bekal etika-etika jurnalis.

Melihat kejanggalan yang peneliti temukan pada manajemen redaksional akun Instagram @infoponorogo dalam mengelola penulisan berita serta waktu upload tidak signifikan. Maka pentingnya manajemen redaksional dan pemahaman terkait penulisan jurnalistik dalam situs berita online itu sangat penting, maka peneliti akan meneliti akun Instagram @infoponorogo yang merupakan salah satu alat komunikasi dan informasi masyarakat Ponorogo.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, tidak dapat dipungkiri adanya perkembangan internet dapat dijadikan sebagai alat informasi dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial juga membutuhkan manajemen untuk mengelola informasi tersebut, maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti fenomena terkait manajemen redaksional dalam media sosial Instagram @infoponorogo sebagai media yang dimanfaatkan untuk *citizen journalism*. Penelitian yang akan dibahas berjudul **“Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoponorogo Sebagai Media *Citizen Journalism*”**

P O N O R O G O

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan kronologi latar belakang sebagaimana permasalahan telah diuraikan, penulis merumuskan beberapa masalah sebagai pijakan penelitian secara sistematis. Adapun masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perencanaan dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*?
2. Bagaimana proses pengorganisasian dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*?
3. Bagaimana proses pelaksanaan dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*?
4. Bagaimana tahap evaluasi dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan topik yang ada dalam rumusan masalah dan latar belakang, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses perencanaan dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*.
2. Untuk menganalisis proses pengorganisasian dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*.
3. Untuk mendeskripsikan proses pelaksanaan dalam manajemen redaksional

akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*.

4. Untuk menganalisis tahap evaluasi dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian dari adanya penelitian ini adalah:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat terkait studi komunikasi dan informasi. Khususnya dalam manajemen redaksional yang ada pada media online dan cara *citizen journalism* menjalankan perannya. Untuk memberikan referensi sebagai bahan kajian mengenai manajemen redaksional dalam media sosial yang dapat digunakan sebagai media *citizen journalism*.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan terkait manajemen redaksional media sosial Instagram sebagai media *citizen journalism*. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para praktisi komunikasi agar lebih mengetahui bagaimana manajemen redaksional dalam media sosial serta kebijakan seperti apa yang harus diambil dalam pemilihan berita yang layak untuk dimuat. Agar para mahasiswa dapat memahami terkait manajemen keredaksian dalam suatu media sosial.



## E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian seorang peneliti. Telaah pustaka dilakukan guna mengetahui apakah penelitian tersebut pernah dilakukan atau belum. Di samping untuk mengetahui perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Agar tidak terjadinya duplikasi karya ilmiah atau pengulangan penelitian yang diteliti oleh pihak lain dengan permasalahan yang sama.<sup>12</sup> Maka dari itu, akan dilakukan pengamatan berupa telaah pustaka yang membahas hal-hal yang berkaitan dengan penelitian penulis, diantaranya:

*Pertama*, Penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Akun Instagram @beritacilegon Dalam Memberikan Informasi Ter-Update Seputar Kota Cilegon” skripsi karya Aditya Prasanda Ramadhani pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas komunikasi dan informastika Universitas Muhammadiyah Surakarta (2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh @beritacilegon dalam memberikan informasi kota Cilegon. Hasil dari penelitian ini berupa strategi komunikasi yang dilakukan @beritacilegon cukup efektif dalam memberikan informasi. Persamaan penelitian ini terletak pada metode pendekatan kualitatif deskriptif serta media yang digunakan media sosial instagram, sedangkan perbedaan

---

<sup>12</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*, (Bandung: Alfabeta, 2015). 292.

penelitian tersebut ada pada objek dan subjek penelitian yang dimana peneliti berfokus pada manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo, serta penelitian terdahulu berfokus pada strategi komunikasi @beritacilegon dalam memberikan informasi.<sup>13</sup>

*Kedua*, penelitian yang berjudul “Implementasi Jurnalistik Data Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Penerapan Jurnalisme Data Di Instagram @INFOSUMBAR)” skripsi karya Siti Nurlaila Lubis Priodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengumpulan/penyeleksian data dalam melakukan implementasi jurnalistik data, proses pengelolaan data, proses pemuatan konten ke media sosial yang ada pada instagram @infosumbar, hasil dari penelitian ini berupa penerapan jurnalisme data yang dilakukan pada akun Instagram @infosumbar. Persamaan penelitian ini terletak pada metode pendekatan serta media yang akan diteliti, sedangkan untuk perbedaan ada pada objek penelitian yang mana penelitian ini fokus pada jurnalisme data dan juga akun yang digunakan berbeda.<sup>14</sup>

*Ketiga*, penelitian terdahulu dengan judul penelitian “Strategi Pengelolaan Instagram @infoonorogo Sebagai Media Informasi Tentang

---

<sup>13</sup>Aditya Prasanda Ramadhani, “Strategi Komunikasi Akun Instagram@beritacilegon Dalam Memeberikan Informasi Ter-Update Seputar Kota Cilegon,”(Surakarta: UMS, 2022).

<sup>14</sup>Siti Nurlaila Lubis, “Implementasi Jurnalistik Data Media Sosial” (Studi Deskriptif Kualitatif Penerapan Jurnalisme Data di Instagram @INFOSUMBAR), (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021).

Kabupaten Ponorogo” skripsi karya Fitri Alam Nasyroh (2020) pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Tujuan peneliti ini yaitu untuk mengetahui cara admin @infoponorogo mendapatkan informasi, mengelola informasi, dan menyampaikan informasi, hasil dari penelitian ini berupa penerapan strategi pengelolaan pada akun Instagram @infoponorogo. Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini berupa bentuk strategi pengelolaan informasi yang digunakan akun Instagram @infoponorogo sebagai media informasi serta penyebaran informasi yang dilakukan akun @infoponorogo. Persamaan dari penelitian ini terletak pada subyek penelitian berupa akun @infoponorogo, model pendekatan dan metodenya dan untuk perbedaannya ialah peneliti akan fokus meneliti manajemen redaksional dan penyajian berita pada salah satu media sosial yang digunakan oleh *citizen journalism*.<sup>15</sup>

*Keempat*, penelitian terdahulu dengan judul “Pengaruh Praktik *Citizen Journalism* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Pada Akun Instagram @JKTINFO di Jakarta” jurnal karya Ryo dan Farid Rusdi (2021) Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh praktik jurnalisme warga

---

<sup>15</sup>Fitri Alam Nasyroh, “*Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo*,” (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020).

pada media online @jktinfo terhadap pemenuhan media baru. Dasar teori yang digunakan adalah teori kegunaan dan kepuasan serta kebutuhan informasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data nonprobability sampling dengan jenis teknik pemilihan sampel secara convenience. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *citizen journalism* mempunyai peran yang sentral dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah mengenai media instagram serta pemanfaatan media tersebut bagi *citizen journalism*, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada tujuan, metode penelitian dan akun instagram yang diteliti.<sup>16</sup>

*Kelima*, penelitian terdahulu dengan judul “Manajemen Redaksional Kanal Youtube TNI AD dalam Mempublikasikan Video Berita” jurnal karya Eka Indri Widarti dan Harmonis (2022) Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen redaksional kanal youtube TNI AD. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya manajemen redaksional yang efektif pada kanal youtube TNI AD. Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah metode dan pendekatan yang digunakan serta tujuan penelitian

---

<sup>16</sup>Ryo Ryo dan Farid Rusdi, “Pengaruh Praktik Citizen Journalism terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Pada Akun Instagram @JKTINFO di Jakarta,” *Koneksi* 5, no. 2 (2021): 338, <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10333>.

terkait manajemen redaksional media sosial. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada teknik pengumpulan data serta objek penelitian. Objek dari penelitian ini adalah manajemen redaksional youtube, sedangkan objek dari penelitian yang akan diteliti adalah manajemen redaksional akun instagram dalam jurnalisme online.<sup>17</sup>

## F. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan dan Jenis penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data yang ada dalam pendeskripsian konsep *citizen journalism* serta kebijakan manajemen redaksional dalam pemilihan berita yang akan di muat untuk siap akses pada situs media sosial Instagram @infoponorogo. Pendekatan penelitian kualitatif sendiri adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti objek ilmiah, yang dimana peneliti bertugas sebagai instrument kunci sedangkan dalam teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulsi (gabungan) serta adanya penekanan hasil berupa makna yang ditonjolkan daripada generalisasi<sup>18</sup>.

<sup>17</sup>Pradana, “Shiefti Dyah Alyusi. *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial* . (Jakarta: Prenada Media, 2019), 2.”

<sup>18</sup>Sugiono, 2017. *Metode penelitian pendidikan; pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015), 308.

Pada penelitian ini peneliti memilih jenis deskriptif, dikarenakan peneliti bermaksud mendapatkan gambaran data penelitian berupa pernyataan-pernyataan baik secara lisan maupun tulisan. Penelitian secara deskriptif ini merupakan penelitian yang mencoba memberikan sebuah penguraian sistematis berkenaan tentang suatu situasi, permasalahan, fenomena hingga layanan atau program.<sup>19</sup> Hasil dari perolehan data tersebut nantinya diharapkan mampu untuk memecahkan sejumlah permasalahan penelitian sesuai dengan tujuan yang telah dipaparkan oleh peneliti sebelumnya.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian merupakan bentuk batasan penelitian yang dimana seorang peneliti dapat menentukannya dengan menggunakan benda, hal atau orang untuk melekatkan suatu variabel yang digunakan dalam penelitian. Sedangkan untuk objek penelitian merupakan variabel atau suatu yang menjadi titik penentu awal penentu suatu penelitian.<sup>20</sup>

Penelitian ini yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian ialah akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*. Sedangkan untuk objek yang digunakan peneliti yaitu mengenai manajemen redaksional jurnalistik online melalui media sosial Instagram.

---

<sup>19</sup>Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 47.

<sup>20</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Renika Cipta, 2016), 35.

### 3. Data dan Sumber Data

Data merupakan sekumpulan informasi mengenai suatu hal yang diperoleh dari pengamatan atau penggalian dari sumber-sumber penelitian, berupa angka, huruf, grafik, gambar dan lainnya yang akan diolah hasilnya lebih lanjut. Data penelitian sendiri dapat dikategorikan menjadi dua pokok pembahasan, sebagai berikut:

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari sumber asli berupa opini subjek terkait atau seseorang secara individu maupun kelompok dengan tidak melalui bantuan media<sup>21</sup>. Sumber data primer, yaitu data yang akan diperoleh dari hasil wawancara bersama pihak-pihak tertentu yang memiliki pengetahuan luas mengenai tujuan penelitian seperti pengelola akun @infoonorogo (admin). Adapun data primer yang akan diperoleh dalam penelitian ini merupakan hasil dari observasi, dan wawancara dengan kepala admin (pengelola akun @infoonorogo) yang berkaitan dengan manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*. Pada penelitian kali ini, narasumber yang akan dituju ialah manager dan tim pengelola akun Instagram @infoonorogo.

#### b. Data Sekunder

---

<sup>21</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*, (Bandung: Alfabeta, 2015).

Data sekunder ialah data yang tidak dibatasi ruang dan waktu, hal ini bermakna bahwa peneliti tidak perlu hadir di lapangan secara langsung sebab data yang dibutuhkan sudah tersedia sehingga peneliti bertindak mencari dan mengumpulkan dari lokasi penelitian semata. Sumber data sekunder diperoleh dari internet seperti, data sekunder yang diperoleh dari jurnal, artikel, dokumen, dan beberapa arsip serta situs internet seperti media sosial dan website resmi yang digunakan sebagai alat informasi dan komunikasi milik @infoponorogo. Data yang diperoleh nantinya akan berisikan tentang profil akun @infoponorogo.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan tujuan peneliti untuk memperoleh informasi yang valid mengenai penelitian. Pada setiap penelitian diperlukan suatu data sebagai hasil akhir dari penelitian. Dengan pengumpulan data yang kongkrit peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, seperti:

##### **a. Observasi**

Arikunto (2013) menjelaskan tentang pengamatan. Pengamatan atau observasi adalah suatu tehnik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistemati. Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara



sistematis terhadap kemunculan dari gejala-gejala yang ditimbulkan ketika penelitian. Observasi sendiri terbagi menjadi dua jenis, antara lain observasi partisipan dan nonpartisipan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi nonpartisipan, dengan tidak ikut serta dalam kegiatan, peneliti hanya berperan sebagai yang mengamati kejadian.

Penelitian yang dilakukan menggunakan observasi nonpartisipan dengan mengamati secara langsung objek yang akan diteliti untuk mengetahui validitas dan selektifitas data lapangan tanpa harus masuk ke dalam bagian yang akan diteliti tersebut. Adapun observasi data mulai dilakukan pada 05 Februari hingga 10 Maret 2024 dengan mengamati, mencatat dan menganalisis secara sistematis terhadap kegiatan manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*.

#### **b. Wawancara**

Wawancara ialah suatu metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi secara langsung dari sumbernya. Wawancara merupakan dialog yang dilakukan oleh narasumber dengan peneliti secara lisan berkaitan dengan proses penggalian informasi. Peneliti melakukan wawancara secara tidak terstruktur kepada narasumber. Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang bebas yang dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah

tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan penanggung jawab akun Instagram @infoponorogo, serta tim pengelola akun.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pencarian data menggunakan catatan, buku, majalah, surat kabar, agenda dan lainnya.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data yang lengkap mengenai latar belakang dan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan berhubungan dengan manajemen redaksional media online sebagai media *citizen journalism*. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah. Pada teknik pengumpulan data dokumentasi yang digunakan peneliti ini akan mengambil gambar screenshot dari beberapa postingan Instagram @infoponorogo.

## 5. Teknik analisis Data

Teknik Analisis data yaitu mengelompokkan data dengan mempelajari data kemudian memilah data-data yang telah dikumpulkan untuk mencari data-data penting mana yang harus dipelajari, yakni analisa data adalah proses merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan ide seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha

---

<sup>22</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 104.

untuk memberikan bantuan pada tema dan ide itu. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dalam teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>23</sup> Dengan mengorganisasikan data dan memilih data mana yang mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Bahan kajian dalam penelitian ini merupakan manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*. Dalam penelitian ini menggunakan analisis data Interaktif Miles dan Huberman. Langkah-langkah yang digunakan dalam menganalisis data penelitian deskriptif ini sebagai berikut:<sup>24</sup>

- a) Reduksi data, merupakan proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Peneliti berusaha untuk menggambarkan fokus penelitian dengan merumuskan pertanyaan menggunakan cara tertentu. Selain itu reduksi data juga dapat bermakna sebagai kegiatan pemilihan, pemusatan, perhatian, pengabsahan data yang masih umum dilapangan.

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan penelitian pada bagaimana sebuah media sosial Instagram dikelola sebagai media *citizen journalism*. Penelitian ini dilakukan peneliti

---

<sup>23</sup>Masri Singarimbun Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LPJS, 1995), 263.

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*, (Bandung: Alfabeta, 2015),

dengan cara mengamati serta meninjau kembali hasil dari wawancara dengan para narasumber.

- b) Penyajian data, dalam penelitian merupakan penggambaran secara utuh dari data-data yang diperoleh selama di lapangan berupa hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang nantinya akan dianalisis sesuai teori yang ada sehingga dapat memunculkan jawaban dari permasalahan penelitian. Data yang dihasilkan tersebut nantinya akan diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan, lalu mendeskripsikannya hingga menarik sebuah kesimpulan setelah verifikasi.

Dalam penelitian ini data yang disajikan berupa uraian singkat, bagan, dan tabel. Dengan *mendisplaykan* data yang diperoleh, maka akan memudahkan untuk memahami sesuatu yang terjadi, dan dapat merencanakan hal selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Penyajian data dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam mendeskripsikan data sehingga data yang diperoleh dapat lebih mudah dipahami mengenai manajemen redaksional media online sebagai media *citizen journalism*.

- c) Penarikan kesimpulan, kesimpulan dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal. Setelah itu semua data terkumpul berdasarkan hasil wawancara, maka langkah

terakhir yang harus dilakukan peneliti adalah membaca dan meneliti dengan cermat hasil dari data wawancara untuk mengungkapkan konfigurasi makna baik struktur maupun bagaimana makna itu diciptakan.

Dalam penelitian ini kesimpulan awal yang dikemukakan oleh peneliti didukung oleh data yang diperoleh peneliti melalui hasil wawancara dan dokumentasi. Jawaban dari hasil penelitian akan memberikan penjelasan dan kesimpulan atas permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Peneliti berfokus pada manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo sebagai media *citizen journalism*. Analisis yang digunakan dalam penelitian mengacu pada teori fungsi manajemen redaksional menurut George R. Terry dan teori *citizen journalism*. Nantinya, hasil yang akan diperoleh peneliti dapat ditarik melalui kesimpulan mengenai manajemen redaksional media online sebagai media *citizen journalism*.

#### **6. Uji Keabsahan Data**

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Pengecekan keabsahan temuan yang dilakukan peneliti menggunakan triangulasi

data.<sup>25</sup> Triangulasi merupakan teknik pengecekan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data dari berbagai sumber, cara dan waktu sebagai pembanding terhadap data.

Dengan demikian, peneliti menggunakan jenis triangulasi yaitu, triangulasi sumber berikut penjelasan trigulasi sumber: Data yang telah terkumpul akan dikategorisasikan berdasarkan pandangan yang serupa, hingga yang berbeda. Teknik pengabsahan melalui pengecekan data yang telah di peroleh beberapa sumber yang telah ditentukan. Data yang telah melewati analisis maka akan diperoleh kesimpulan lalu dimintai kesepakatan dengan sumber data yang terkait.

Peneliti melakukan upaya ini untuk mendapatkan kebenaran dan kecocokan antara data satu dengan lainnya, maka peneliti menggunakan triangulasi sumber data yang bertujuan untuk memeriksa dan membandingkan data hasil pengamatan serta data dari hasil wawancara. Selain observasi dan wawancara, peneliti juga menggunakan dokumen, catatan kegiatan dari sumber data untuk melahirkan keluasan pengetahuan peneliti dalam memperoleh kebenaran yang valid.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika pembahasan menjadi lima bab yang memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya.

Masing-masing bab terdiri dari sub-sub pembahasan, diantaranya yaitu:

---

<sup>25</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015)

**BAB I** merupakan pendahuluan. Pada bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II** merupakan kajian teori yang sesuai dengan rumusan masalah. Teori yang digunakan adalah teori manajemen redaksional, teorimedia sosial Instagram, dan teori *citizen journalism*.

**BAB III** merupakan pemaparan data. Dengan menyajikan data yang sesuai dengan rumusan masalah yang ada.

**BAB IV** merupakan bagian pembahasan. Berisikan analisis bahasan penelitian deskriptif yang sesuai dengan rumusan masalah.

**BAB V** merupakan penutup. Berisikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan rumusan masalah yang sudah dijawab. Dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami hasil penelitian.



## BAB II

### MANAJEMEN REDAKSIONAL, INSTAGRAM, CITIZEN JOURNALISM

#### A. Pengertian Manajemen

Manajemen atau *Managere* lahir dari terjemahan bahasa Inggris *to manage* (kata kerja), *management* (kata benda), dan *manager* untuk seorang yang melakukannya. *Management* diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia yang berarti manajemen (pengelolaan).<sup>26</sup>

Manajemen yang artinya mengatur, pengaturan dilakukan melalui proses berdasarkan fungsi-fungsi manajemen tersebut. Jadi manajemen merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Berikut ada beberapa definisi manajemen menurut beberapa ahli diantaranya:

1. R. Terry manajemen adalah suatu proses yang khas terdiri dari tindakan-tindakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya.
2. Andrew F. Sikula manajemen pada umumnya dikaitkan dengan berbagai aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi

---

<sup>26</sup>Husaini Usman, *Manajemen Teori Praktik dan Riset Pendidikan*(Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 4.



dengan tujuan untuk mengkoordinasikan sumber daya yang ada sehingga akan menghasilkan suatu produk atau jasa secara efisien.

3. Harold Koontz dan Cyril O'Donnel, manajemen adalah usaha mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain. dengan demikian manajer mengadakan koordinasi atas sejumlah aktivitas orang lain yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penempatan, pengarahan, dan pengendalian.

Dari beberapa pengertian manajemen menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan untuk mencapai suatu tujuan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada seperti sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Fungsi manajemen merangkup serangkaian bagian dalam manajemen yang dapat diaplikasikan, sehingga tujuan serta visi dan misi perusahaan dapat tercapai.

## **B. Manajemen Redaksional**

Manajemen redaksional sangat diperlukan oleh setiap media untuk membantu memproduksi berita yang baik untuk disebarluaskan nantinya. Manajemen redaksional juga diperlukan sebuah media untuk memantau mengikuti tren yang akan terus bermunculan untuk memunculkan inovasi atau ide baru khususnya dalam media sosial dan media online.

Dalam sebuah media khususnya situs berita tentu memiliki seseorang yang dianggap sebagai pemimpin redaksi. Pemimpin redaksi tersebut akan melakukan kebijakan redaksional sesuai dengan apa yang telah disepakati dalam merencanakan sebuah penyajian berita, penentuan liputan, pencarian fokus pemberitaan, penentuan topik berita utama (*head line*).

Fungsi utama dari manajemen redaksional adalah agar informasi yang disajikan dalam media itu dapat diterima dengan baik oleh khalyak. Maka karnanya manajemen redaksional yang teratur dan terarah sangat penting. Manajemen redaksional itu sendiri terkait erat dengan proses pembuatan berita hingga berita tersebut siap untuk diterbitkan. Tentunya hal ini menyangkut kelayakan berita untuk dimuat di media. Kelayakan berita yang dimuat atau tidak dapat dilihat kembali kepada kebijakan yang diterapkan oleh seorang manager atau redaktur. Manajemen redaksional itu adalah bentuk dari adanya proses pengolahan materi pemberitaan melalui beberapa tahapan seperti, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawsan semua itu berhubungan dengan tindak lanjut dari proses pengelolaan berita. Berikut pemaparan terkait dengan bagian-bagian dalam manajemen redaksional seperti:<sup>27</sup>

### **1. Perencanaan (*planning*)**

---

<sup>27</sup>Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020),

Perencanaan merupakan kegiatan yang mencakup penentuan tujuan (objectives) dalam menyiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Adapun pengertian singkat perencanaan adalah kegiatan yang menghubungkan fakta-fakta serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal memvisualisasikan serta merumuskan suatu aktivitas yang dianggap perlu untuk mencapai hasil-hasil yang diinginkan.<sup>28</sup>

Proses perencanaan dimulai dari pencarian serta penciptaan dari berita yang biasanya dimulai dengan diadakannya rapat mengenai perencanaan berita. Hal tersebut perlu dilakukan karena berita yang baik dapat terbentuk dengan hasil perencanaan yang baik. Sebagai contoh dari proses perencanaan yakni suatu lembaga media melakukan rapat tiga kali seminggu. Rapat tersebut terdiri dari rapat perencanaan, evaluasi serta rapat mingguan untuk membahas serta merencanakan edisi berita selanjutnya. Setiap berita yang akan ditampilkan tersebut akan melalui rapat persetujuan dari redaktur, sehingga dapat menghasilkan berita yang terkontrol dan tidak menyalahi aturan manajemen redaksi. Proses perencanaan mencakup beberapa tahap seperti:

---

<sup>28</sup>Siagan Sondang, *Fungsi-fungsi Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 36.

- a. Menetapkan tujuan dimulai dengan keputusan terkait kebutuhan media.
- b. Menentukan sasaran konten, dengan mempertimbangkan kebutuhan khalayak terhadap konten.
- c. Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektivitas dari setiap tanggung jawab dalam pekerjaan.
- d. Mempersiapkan rencana untuk tindakan yang akan dilakukan seperti, menentukan urutan tindakan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan, penjadwalan dengan menetapkan waktu yang diperlukan untuk mencapai tujuan atau sasaran.
- e. Menentukan komunikasi organisasi serta membangun pengawasan dalam memastikan tujuan yang akan dicapai.

## **2. Pengorganisasian (*organizing*)**

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur dari organisasi dengan menyesuaikan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki.<sup>29</sup> Pada proses redaksional, terdapat proses *staffing* yang memiliki tujuan untuk melaksanakan aktivitas redaksional dengan menempatkan orang-orang yang nantinya akan terlibat langsung dengan unit kerja pada bidang redaksional.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup>Morissan, *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta: Prenada Media, 2008), 142.

<sup>30</sup>Hasibuhan, *Manajemen dasar, pengertian dan masalah*(Jakarta: Gunung Agung,1989)

Menurut Peter Pringgel kegiatan pengorganisasian adalah proses pengaturan sumber daya manusia dan materi dalam suatu struktur formal dalam tanggung jawab yang diberikan kepada berbagai bidang, posisi, dan personel tertentu. Adapun dua aspek utama dalam penyusunan organisasi sebagai berikut:

**a. Departementalisasi**

Departementalisasi merupakan suatu pengelompokan beberapa kegiatan dalam organisasi agar kegiatan-kegiatan yang serupa dapat saling terhubung. Wujud dari departementalisasi adalah pembentukan struktur formal dalam organisasi.

**b. Pembagian Kerja**

Langkah pembagian kerja ini berupa perincian tugas yang akan dikerjakan sesuai dengan bidang-bidang yang telah ditentukan. Sertiap individu memiliki tanggung jawab dalam menjalani tugas yang diberikan.

**3. Pelaksanaan (*actuating*)**

Fungsi dari pelaksanaan adalah usaha dalam menciptakan bentuk kerjasama diantara staf pelaksanaan program sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efesien.<sup>31</sup>Dalam tahap ini dapat menentukan siapa yang melaksanakan apa yang

---

<sup>31</sup>Ibnu Syamsi, *Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen* (Jakarta: Bina Aksara, 1998.), 96.

telah direncanakan. Salah satu contohnya dengan siapa penulis akan membuat tulisan yang sesuai dengan isu yang terkait, siapa narasumbernya dan apapun yang ada kaitannya dengan hal tersebut. Tahap pelaksanaan terdiri dari:<sup>32</sup>

- a. Peliputan merupakan proses pencarian berita (*new hunting*) dengan kegiatan meliput bahan berita menggunakan teknik reportase, wawancara, maupun riset kepustakaan.
- b. Penulisan berita yang merupakan proses dari penulisan berita dengan menggunakan teknik melaporkan (*to report*) yang merujuk pada pola piramida terbalik serta mengacu pada konsep 5W+1H.
- c. Penyuntingan adalah kegiatan dari penyempurnaan tulisan agar lebih logis, mudah dipahami, tidak rancu, dan tetap memperhatikan fakta dan juga data, untuk menjaga kredibilitas berita.
- d. Publikasi berita dan distribusi adalah komponen terakhir yang dilakukan terhadap masing-masing informasi yang sudah melalui tahap editing dan pengecekan sehingga

---

<sup>32</sup>Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), 82.

telah memenuhi unsur layak berita dan siap untuk diupload.

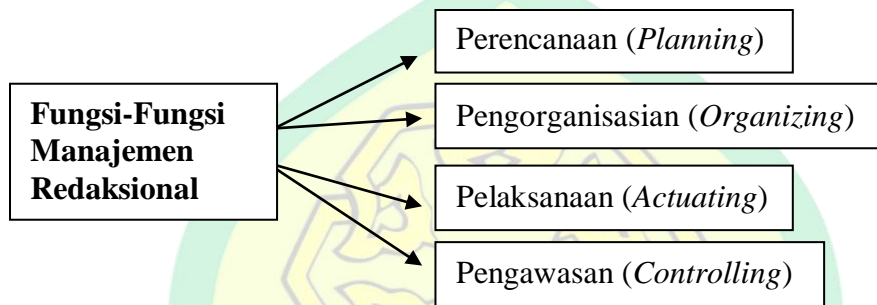
#### 4. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan dapat diartikan sebagai usaha dalam menentukan apa yang sedang dilaksanakan dengan menilai hasil yang telah dicapai dan kalau ada suatu hal yang menyimpang dari standar yang telah ditentukan, maka segeralah diadakan usaha perbaikan, sehingga semua hasil atau presentasi yang dicapai dapat sesuai dengan rencana. Pada tahap ini, sangat penting untuk dijaga agar rubrik yang telah dibuat tidak keluar dari jalur jurnalistik.

Robert J. Mockler memberikan definisi yang hampir senada dengan seputar pengawasan. Menurut Mockler, pengawasan adalah suatu usaha yang sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi atau umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan dalam mengoreksi hal yang diperlukan untuk menjamin bahwa sumber daya perusahaan digunakan dengan efektif dan efisien untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa tahap pengawasan adalah tahap yang dijalankan pada setiap departemen

organisasi media untuk mengawasi setiap kegiatan yang dijalankan sama halnya seperti evaluasi. Semua diawasi dengan tujuan menghasilkan perkembangan bagi media tersebut.



Bagan 2.1 Fungsi-Fungsi Manajemen  
 Sumber: Dokumen dari google<sup>33</sup>

## C. Media Sosial

### 1. Pengertian Media Sosial

Menurut Kottler dan Keller, media sosial merupakan media yang digunakan oleh konsumen untuk melakukan bertukar pesan, gambar, suara, video dan informasi dengan sesama pengguna media.<sup>34</sup> Media sosial adalah proses interaksi yang dibuat antara individu dengan menciptakan, menukar, membagikan dan memodifikasi ide dan gagasan dalam bentuk komunikasi virtual.<sup>35</sup> Media sosial merupakan sesuatu yang menciptakan bermacam-macam bentuk komunikasi dan informasi bagi semua pengguna. Media sosial selalu

<sup>33</sup>Dokumen dari Google, 21 Febuari 2024

<sup>34</sup>Philip Kottler dan Kevin Lane Keller, *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*, (Cambridge: IGI Global, 2016), 338.

<sup>35</sup>Erwin Jusuf Thaib, *Problematika Dakwah Di Media Sosial* (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 8.



memberikan bermacam kemudahan yang membuat nyaman pengguna berlama-lama dalam menggunakannya.<sup>36</sup>

Melihat perkembangan media sosial yang sangat signifikan setiap tahunnya dengan muncul berbagai karakteristik serta keunikan setiap mediana. Media sosial dapat mempermudah komunikasi dan mendapatkan informasi para penggunanya sehingga dapat membuat masyarakat saling terhubung satu sama lain. Pada dasarnya media sosial adalah bentuk dari lingkungan digital di mana realitas sosial diciptakan dan dapat berinteraksi dengan pengguna walaupun melintasi ruang dan waktu.<sup>37</sup> Nilai-nilai yang ada pada masyarakat muncul dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Media sosial terdiri dari beberapa media platform seperti, *Whatsapp*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Line*, *Youtube* dan lain sebagainya.

Berdasarkan pengertian di atas menurut beberapa pendapat para ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial adalah wadah yang menyediakan masyarakat untuk bersosialisasi berupa berbagai aktivitas seperti berbagi informasi, teks, bertukar pesan, gambar, foto, video dan lain sebagainya. Dengan cara ini dapat membuat orang ingin

---

<sup>36</sup> Lira Alifah, *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Prestasi Belajar PAI Terhadap Tingkat Religiusitas*, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, (Bandung, 2020), 1.

<sup>37</sup>Harahap, Arwana, dan Br, "*Teori dalam Penelitian Media.*"

bersosialisasi dengan orang lain melalui media sosial yang merupakan dari media yang terhubung dengan bantuan internet.

## 2. Dampak Media Sosial

Informasi menyebar dengan cepat serta semakin mudah diakses dengan bantuan media sosial. Seiring berkembangnya media sosial, pengguna juga ikut berkembang dengan dampak yang bisa kita rasakan dengan banyaknya aktivitas kehidupan yang menggunakan dan memanfaatkan media sosial.<sup>38</sup> Adapun dampak positif dan negatif media sosial menurut Arif Rahmadi:<sup>39</sup>

### 1) Dampak Positif

#### a. Mendapatkan Informasi

Media sosial dapat menjadi wadah informasi pengguna seperti informasi-informasi umum, info seputar politik, lowongan pekerjaan, dan hal-hal yang sedang trending dibicarakan oleh banyak orang.

#### b. Wadah Menjalin Silaturahmi

Dengan adanya media sosial kita dapat menjalin silaturahmi kepada teman dan kerabat meskipun dengan jarak yang jauh.

---

<sup>38</sup>Anik Suryaningsih, *Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik*, (Jurnal Pendidikan Sains Dan Teknologi Vol. 7 No. 1 ISSN: 1858-005X, 2020), 2.

<sup>39</sup>Arief Rohmadi, *Tips Produktif Ber-Social Media*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016), 2-6.

c. Menciptakan Komunitas

Komunitas media online berperan untuk bekoordinasi, sharing, dan melakukan intraksi lainnya ketika sedang tidak bersama.

d. *Branding*

*Branding* dalam artian kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan agar brand yang ditawarkan dapat dikenal dan memiliki nilai jual yang bagus kepada calon konsumen. Sama halnya seperti membangun *branding* media dengan informasi yang ditampilkan dapat menjanjikan pengguna.

2) Dampak Negatif

a. Adanya media sosial pengguna dengan mudah dapat membuat suatu akun. Tak banyak pengguna menggunakan beberapa akun dan terkadang ada yang membuat akun palsu hanya untuk melakukan tindakan penipuan, maupun tindakan kejahatan yang lain.

b. Tak jarang media sosial disalah gunakan untuk menyebarkan virus melalui link penipuan yang nantinya link tersebut menjadi dampak buruk bagi pengguna contohnya penyebaran link yang isinya video atau foto tidak mendidik.

### 3. Jenis-Jenis Media Sosial

Berkembangnya teknologi membuat bermunculnya media sosial yang pada awalnya media sosial hanya sebagai media komunikasi yang dibutuhkan masyarakat. Berikut adalah jenis-jenis media sosial yaitu:<sup>40</sup>

a. *Online Communities dan forums*

*Online communities and forums* dibentuk oleh sekelompok konsumen karna adanya pengaruh dari iklan dan afiliasi perusahaan yang dapat membantu anggotanya berkomunikasi dengan perusahaan maupun anggota melalui postingan dan *texting* diskusi tentang beberapa hal yang berhubungan dengan perkembangan produk ataupun merek.

b. *Blog*

*Blog* yang biasanya kita kenal dengan jurnal online ini dikelola oleh seorang pengguna yang dapat diperbaharui secara berkala, *blog* ini sangat penting untuk dimanfaatkan sebagai saluran informasi.

c. *Sosial Networks*

*Sosial networks* (jaringan sosial) adalah kekuatan yang penting dalam membangun citra pengguna untuk mengenalkan informasi yang mereka punya. *Sosial networks* dapat berupa

---

<sup>40</sup>Kotler dan Keller, *Marketing Management Edition 15<sup>th</sup>*, (Pearson Education, Inc, 2016)

situs jejaring sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lain sebagainya

## D. Tinjauan Umum Tentang Instagram

### 1. Pengertian Instagram

Instagram yang biasa kita kenal berasal dari kata “insta” atau “instan” yang seperti kamera Polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata ‘gram” berasal dari kata “telegram”, yang cara kerjanya adalah mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ada didalamnya dapat tersampaikan dan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu Instagram berasal dari kata “instan-telegram”.<sup>41</sup>



Gambar 2.1 Logo Instagram

Sumber: Dokumen diambil dari Instagram<sup>42</sup>

<sup>41</sup>Juwita Syahrina, Nisya Siregar, dan Nurhasanah Harahap, “PENELITIAN TENTANG INSTAGRAM,” t.t.

<sup>42</sup>Dokumen Logo Instagram, 21 Februari 2024

## 2. Fitur-Fitur Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto, video dan mengambil gambar yang menerapkan berbagai macam filter digital untuk mengubah tampilan efek foto dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya teletak dibagian bawah yaitu sebagai berikut:<sup>43</sup>

### a. *Home Page*

*Home page* merupakan halaman utama yang ditampilkan (*time line*) meliputi foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas sama halnya ketika kalian saat scroll mouse di laptop. Kurang lebih dari 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram membatasi foto-foto terbaru yang ditampilkan.

### b. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan berbagai fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya hanya dengan tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan

---

<sup>43</sup>Citra Antasari dan Renystiyah Dwi Pratiwi, "Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu," *Kinesik* 9, no. 2 (2022): 176–82, <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>.

atau pesan yang ingin kalian sampaikan mengenai foto pada kontak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

#### **c. Explore**

*Explore* merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai oleh para pengguna Instagram. Instagram juga menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto yang cocok untuk dimasukkan ke dalam *explore* feed.

#### **d. Profil**

Profil pengguna dapat membantu pengguna secara detail mengenai informasi pengguna, baik dari akun pengguna maupun sesama pengguna lainnya. Halaman profil ini dapat diakses melalui ikon kartu nama di bagian menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang diupload, jumlah *follower*, dan jumlah *following*.

#### **e. News Feed**

*News feed* merupakan fitur yang menampilkan jumlah notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*Following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna *follow*, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru atas aktivitas yang dilakukan pengguna Instagram terhadap foto pengguna, dengan memberikan

reaksi atau komentar maka pemberitahuan tersebut akan muncul pada tab ini.

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian yang dapat diisi agar foto yang diunggah oleh pengguna mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut seperti:

1) Judul

Judul atau caption foto dapat memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pengguna untuk pengguna lainnya.

2) Hashtag

Hashtag merupakan symbol dengan tanda pagar (#), fitur ini sangatlah penting karna dapat memudahkan pengguna untuk menemukan foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

3) *Geotagging* (Tag Lokasi)

Fitur *geotagging* adalah fitur yang menampilkan letak lokasi foto yang pengguna upload. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial.

Karna pengguna bisa berinteraksi dengan pengguna lainnya.

Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu:<sup>44</sup>

a) *Follow*

---

<sup>44</sup>Ibid, 39.



*Follow* merupakan pengikut, dari pengguna Instagram dengan pengguna lainnya yang dimana satu sama lain saling mengikuti atau berteman.

**b) *Like***

*Like* adalah salah satu ikon pengguna yang dapat digunakan saat menyukai gambar atau video pada Instagram, dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah caption yang letaknya bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

**c) *Comment***

Komentar adalah aktivitas pengguna Instagram dalam memberikan kesan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian ataupun kritikan.

**d) *Mentions***

Fitur ini adalah fitur yang digunakan untuk menambah pengguna lain, dengan cara menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun Instagram dari pengguna tersebut.

**e) *Activity***

Fitur keren *activity* ini berisikan informasi terkait durasi penggunaan anda dalam mengakses aplikasi Instagram. Pengguna jadi mengetahui berapa lama waktu yang dihabiskan untuk bermain Instagram.

**f) *Direct Massage (DM)***

Fitur *direct message* atau yang dikenal dengan sebutan DM ini merupakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk bertukar pesan, foto, dan video dengan pengguna lainnya secara pribadi.

**g) *Instagram Stories***

Fitur Instagram *Stories* menjadi fitur yang banyak digunakan oleh masyarakat, fitur ini menjadi fitur *favorite* untuk ajang promosi. Pelaku usaha biasanya akan membuat konten *stories* semenarik mungkin dan memanfaatkan data yang masuk dalam Instagram *Insight*. Dengan fitur ini pengguna juga dapat membangun percakapan interaktif terhadap unggahan *stories*, seperti memberikan *Poll Sticker*, *Ask Me Questions*, *Gift*, *Votes*, dan *Hastag*.

**h) *Story Archive***

Instagram sebelumnya juga telah memperkenalkan fitur *Archive* pada postingan yang di mana postingan sudah

di upload dapat disimpan ke dalam arsip pribadi. Dengan adanya fitur tersebut pengguna bisa secara non-permanen menghapus foto atau video ke dalam arsip pribadi.

#### i) **Reels Instagram**

Fitur *reels* adalah fitur yang menyediakan wadah membuat video singkat dengan pilihan audio, efek, dan tools kreatif lainnya. *Reels* juga dapat digunakan dengan menggabungkan atau merekam beberapa klip foto dan video menjadi satu video yang utuh.

### **E. Citizen Journalism**

*Citizen* dapat diartikan sebagai orang-orang yang menjadikan bagian dari suatu penduduk Negara. Istilah warga Negara lebih sesuai dengan kedudukannya sebagai orang yang merdeka, karna warga Negara mengandung arti peserta, anggota, atau warga dari suatu persekutuan yang dihadirkan bersama. Karna hal itu, setiap warga Negara memiliki hak kepastian, privasi dan tanggung jawab.<sup>45</sup>

Jurnalisme adalah sebuah disiplin yang ada hubungannya dengan mengumpulkan, memverifikasi, melaporkan, dan menganalisis informasi yang dikumpulkan dengan peristiwa yang actual, termasuk kedalam

---

<sup>45</sup>Ricky Alfansyah, "Warga Negara Dan Negara", <http://rickyalfansyah.blogspot.com>

kecenderungan proses peliputan. Dengan demikian jurnalisme merupakan sebuah profesi yang dilakukan oleh seseorang yang bekerja pada media massa, selain itu dibutuhkan juga keahlian yang sesuai.

Lahirnya konsep *citizen journalism* sangat berkaitan dengan gerakan *Civic Journalism* atau disebut juga dengan istilah *Public Journalism* (jurnalisme publik) di Amerika Serikat setelah pemilihan presiden Tahun 1998. Gerakan jurnalisme publik yang dibuat karena munculnya krisis kepercayaan publik terhadap media-media mainstream. Terdapat perbedaan antara *Civic Journalism* dan *Citizen Journalism*.<sup>46</sup>

*Civic Journalism* merupakan masyarakat yang ditempatkan sebagai objek, sementara *Citizen Journalism* masyarakat didudukkan sebagai objek sekaligus subjek. Pada zaman sekarang, kemajuan teknologi media membuat akses masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam menghadirkan informasi menjadi semakin cepat dan terbuka. Sehingga dapat memudahkan setiap orang untuk ikut aktif dalam berkontribusi mengembangkan *citizen journalism*.<sup>47</sup>

*Citizen Journalism* mulai berkembang dan diakui di Asia pada tahun 2004, mulai ditandai oleh munculnya berbagai media online, termasuk blog-blog. Media online merupakan wujud nyata dari lahirnya *citizen journalism*.

---

<sup>46</sup>Asna Istya Marwantika, Galih Akbar Prabowo, *Citizen Journalism: Teori, Praktik, dan Model Literasi* (Yogyakarta: Q-MEDIA, 2023), 12.

<sup>47</sup>Imam FR Kusumaningrat, *Jadi Jurnalis Itu Gampang*(Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2012), 7-8.

Pada dasarnya *citizen journalism* berangkat dari pada konsep jurnalisme, yaitu kegiatan mencari, mengolah, dan menyebar luaskan berita.

Menurut Curt Chandler *citizen journalism* merupakan kegiatan pemberitaan yang dilakukan warga biasa dan tidak dimaksudkan memperoleh uang tetapi memiliki minat pada satu topik tertentu. Apa yang membedakan dengan *citizen journalism* pada umumnya adalah jika berita dalam konsep *citizen journalism*, khalayak menjadi pengelolanya. Maka konsep ini mempunyai implikasi dalam aspek produksi dan konsumsi batas antara produsen dan konsumen, konsumenpun bisa menjadi produsen yang mana produknya dikonsumsi oleh media, padahal media itu tadinya adalah produsen tunggal (berita).<sup>48</sup>

Peran dan fungsi *citizen journalism* sama seperti dengan peran dan fungsi jurnalistik, yaitu sebagai sumber informasi, hiburan, media kontrol sosial, hingga agen perubahan. Dengan terbentuknya *citizen journalism* jaringan informasi dan sumber informasi akan didapat lebih luas. Bahkan saat ini, *citizen journalism* sering menjadi sumber informasi penting bagi media mainstream. Ada pendapat yang menyatakan bahwa *citizen journalism* memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>49</sup>

1. *Citizen journalism* tergolong dalam praktik jurnalis baru.

---

<sup>48</sup>Santi Indra Astuti, "Media, Discourse, Menulis itu Mudah", <http://ksk65.wordpress.com> (Diakses, 10 Desember 2023)

<sup>49</sup>Asna Istya Marwantika, Galih Akbar Prabowo, "Citizen Journalism: Teori, Praktik, dan Model Literasi" (Yogyakarta: Q-MEDIA, 2023), 77.

2. *Citizen journalism* memungkinkan terjadinya sharing diberbagai konten berita antar pengguna media.
3. Mayoritas wadah *citizen journalism* menggunakan media internet.
4. *Citizen journalism* memungkinkan pengguna untuk menyampaikan opininya dalam akun media yang digunakan.
5. *Citizen journalism* memungkinkan kecepatan penyampaian informasi baru.
6. *Citizen journalism* dilakukan oleh warga biasa yang memanfaatkan media internet.
7. *Citizen journalism* dapat mengembangkan sistem demokrasi.
8. *Citizen journalism* memberi ruang bagi kelompok-kelompok ekstrimis.

#### **F. Media Sosial Dalam *Citizen Journalism***

Media sosial menjadi modal utama dalam praktik *citizen journalism*. Selain dengan fasilitas dan karakteristik yang dimiliki media *citizen journalism*, media sosial juga memiliki minat pengguna yang tinggi setiap tahunnya. Besarnya pengguna media sosial di Indonesia kemudian mengimplikasikan praktik *citizen journalism* baik di Facebook, Instagram, Twitter maupun Youtube. Hal ini dapat dilacak dari berbagai komunitas setiap kota atau daerah yang membuat komunitas tersebut seperti yang ada pada media sosial Facebook, Twitter, Youtube dan Instagram, seperti adanya forum ICWP di Facebook Ponorogo, akun Instagram @infoponorogo,

@ponorogo.update, dan akun-akun *citizen journalism* lainnya. Akun-akun ini sebagai pelantara penyebaran informasi di komunitasnya setiap kota.<sup>50</sup>

Media sosial dalam ranah *citizen journalism* juga bertujuan untuk meningkatkan partisipan dan aktivitas publik. dalam hal ini, partisipasi publik dibuthkan di era adanya media baru dalam konteks kehidupan sosial dan politik di Negara seperti Indonesia. Partisipasi publik dapat didefinisikan sebagai proses kebutuhan dan nilai-nilai publik terhadap pengambilan keputusan pemerintahan dan perusahaan.<sup>51</sup>

Jurnalisme warga merupakan aktivitas jurnalistik yang dilakukan oleh orang yang tidak berprofesional sebagai wartawan dan tidak bekerja pada bidang tersebut atau media tertentu.<sup>52</sup> Jurnalisme warga berkembang sebagai antithesis dari praktek jurnalisme yang dilakukan oleh jurnalis professional. Cooper mengatakan bahwa jurnalisme warga merupakan manifestasi dari adanya demokrasi serta terkikisnya kepercayaan publik terhadap media mainstream. Munculnya jurnalisme warga di era media baru menjadikan masyarakat yang awalnya sekedar berperan sebagai pembaca kini dapat berperan sebagai sumber berita yang disebarluaskan kepada khalyak luas. Perubahan ini tentu didukung dengan adanya berbagai platform media yang memungkinkan masyarakat menditribusikan berita yang dibuatnya.

---

<sup>50</sup>Asna Istya Marwantika, Galih Akbar Prabowo, “*Citizen Journalism: Teori, Praktik, dan Model Literasi*” (Yogyakarta: Q-MEDIA, 2023), 163.

<sup>51</sup>Ibid; 49.

<sup>52</sup>Asep M. Romli, *Jurnalistik Online*. (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), h. 21.

Selain itu kemudahan dari adanya fasilitas media sosial dalam mengakses dan menyebarkan informasi dapat mempengaruhi kemunculan misinformasi, disinformasi maupun malinformasi atau hoax.<sup>53</sup> Fenomena reposting atau menyebar ulang informasi terkadang tidak sesuai dengan fakta yang disajikan oleh penyebar informasi, atau tidak sampai pada tahapan verifikasi fakta seperti yang dilakukan oleh para jurnalis profesional. Sekarang ini banyak tambahan dramatis fakta oleh akun-akun yang menyebarkan ulang berita terlebih sekarang media sosial menyediakan filter untuk gambar maupun video.

#### **G. Etika *Citizen Journalism***

Mengenai etika *citizen journalism* di media sosial mengacu pada dua hal, pertama sesuai dengan regulasi yang digunakan di Indonesia yaitu tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), kedua mengacu pada *Term and Condition* (Syarat dan Ketentuan) media sosial berkaitan dengan etika komunitas media sosial.<sup>54</sup>

Adanya penerapan UU ITE bukan menjadi pedoman berita dan informasi yang memenuhi etika jurnalis warga. Karna disini jurnalisme warga dilakukan secara bebas oleh setiap orangnya, maka berperan penting untuk menjaga etika dalam jurnalisme warga. Sedangkan untuk etika *citizen*

---

<sup>53</sup>Ibid; 50

<sup>54</sup>Asna Istya Marwantika, Galih Akbar Prabowo, "*Citizen Journalism: Teori, Praktik, dan Model Literasi*" (Yogyakarta: Q-MEDIA, 2023), 151.



*journalism Term and Condition* yang berupa peraturan komunitas masing-masing media sosial. *Term and condition* yang merupakan insiasi platform media sosial untuk memberikan batasan kepada pengguna dengan menerapkan etika penyebaran konten dan juga teknis pelaporan jika mengalami hal yang merugikan pengguna lainnya.

#### **H. Tipe *Citizen Journalism***

Berikut adapun empat tipe jurnalis warga berdasarkan tingkat kontrol editorial dan jenis kontribusi yang dilakukan, yakni:<sup>55</sup>

1. Partisipatif, tipe jurnalis warga ini merupakan tipe yang menekankan parsipasi para pengguna. Hal ini, membuat jurnalis warga membuka ruang yang luas bagi warga untuk ikut berpartisipasi dalam menyampaikan informasi berita. Setiap informasi yang ditulis oleh warga dapat diperkaya dengan informasi-informasi tambahan yang didapatkan dari warga lainnya.
2. Kolektif, tipe jurnalis warga kolektif merupakan tipologi jurnalis warga yang bekerja bersama-sama dengan tujuan membuat berita. Jenis jurnalis warga ini merupakan tingkatan dari jenis partisipatif yang mana partisipasi warga dalam mengkontruksi berita kemudian dapat menciptakan sebuah gerakan yang kolektif dalam konteks jurnalistik.

---

<sup>55</sup>Asna Istya Marwantika, Galih Akbar Prabowo, "*Citizen Journalism: Teori, Praktik, dan Model Literasi*" (Yogyakarta: Q-MEDIA, 2023), 84.

3. Pengawas berita, tipe *citizen journalism* ini merupakan jurnalis warga yang memfokuskan dirinya terhadap pengawasan berita yang dibuat oleh media utama atau media mainstream. Tak hanya itu, tipe *citizen journalism* ini juga melakukan pengawasan terhadap praktik media. Ketika ada pemberitaan yang menjurus terhadap opini public dan tidak obyektif, maka jurnalis warga akan mengkritik hal tersebut. Tipe jurnalis warga ini dapat mendorong pemberitaan media utama menjadi lebih obyektif.
4. Komunitas, *citizen journalism* dengan tipe komunitas ini memfokuskan diri pada pembentukan komunitas yang secara aktif berdiskusi terkait berbagai isu yang sedang hangat dibicarakan. Komunitas dapat dibuat dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial ataupun blog. Keberadaan komunitas ini dapat dijadikan sebagai dorongan perkembangan jurnalisme warga itu sendiri.

### **I. Kelebihan dan Kekurangan *Citizen Journalism***

Adapun beberapa dari kelebihan *citizen journalism*, yaitu:

1. *Citizen Journalism* berperan dalam terciptanya iklim demokratisasi. Blog mampu mewacanakan informasi alternatif dan tidak terkait dengan bawaan sistem seperti halnya dalam media utama. Dengan adanya kebebasan ini akan memberikan beragam informasi kepada masyarakat. Secara tidak langsung pula mendukung adanya gerakan demokratisasi.

2. *Citizen journalism* memupuk budaya tertulis dan budaya membaca masyarakat. Selama ini budaya kalah dengan budaya yang lebih mencerdaskan. Masyarakat dapat menulis apa saja didalam blog.
3. Mematangkan terciptanya *public sphere* (ruang publik) bagi masyarakat. Dengan hal ini, masyarakat dapat dengan bebas berdiskusi dalam blog tanpa ada aturan, larangan tertentu seperti halnya yang dilakukan oleh media utama. *User blog* bebas menulis apa saja karna disediakan space untuk komentar pembaca dan hal itu dapat disensor oleh *blogger*.
4. *Citizen Journalism* juga manifestasi fungsi *wact dog* (kontrol sosial) media. Ketika media tidak dapat dikontrol secara efektif, blog memberikan kontrol atas ketimpangan di masyarakat. Media mainstream memiliki berbagai aturan yang melingkup (sistem media, sistem politik) sehingga tidak semua informasi bisa disebarkan.

Adapun kekurangan dari *citizen journalism* yaitu,

1. *Citizen journalism* merupakan orang yang memiliki kamera digital ataupun ponsel untuk menyuting karya mereka, seperti peristiwa utama (tsunami, bom di London) ataupun kecelakaan.
2. *Citizen journalism* adalah orang yang ingin menemukan komunikasi lokal dan memproduksi tulisan dalam komunitas tersebut.

3. *Citizen journalism* merupakan orang yang mengkritis dan mengampanyekan sesuatu yang berbau sebab dan akibat baik politik, ataupun peristiwa publik.
4. *Citizen journalism* adalah orang yang berpartisipasi ke dalam percakapan dengan para ahli jurnalis dan pemilik blog.

#### **J. Tantangan *Citizen journalism***

Adapun tantangan bagi *citizen journalism*, yaitu:

1. Masalah profesionalisme, seorang jurnalis merupakan seorang yang profesional. Dengan bekerja karna sesuai dengan profesinya ia mendapatkan gaji. Sementara itu, sebagai *citizen journalism* diantara banyaknya *blogger* hanya sekedar menyalurkan hobi, karenanya tidak digaji.
2. Jurnalis adalah seorang yang sebelumnya sudah terlatih. Jurnalis membutuhkan keahlian tertentu. Artinya tidak semua orang dapat membuat berita. Kalau hanya sekedar menulis itu bisa dilakukan oleh siapa saja tetapi, dalam menulis berita misalnya menginvestigasi fakta, menulis straight news, feature, menulis dengan piramida terbalik dan sebagainya.
3. Jurnalis terikat dengan sistem media tertentu. Selama ini jurnalis terikat dengan media massa terkait dengan aturan, undang-undang tertentu. Artinya pers tunduk pada sistem pers. Jadi, kode etik jurnalistik mengatakan jika narasumber mengatakan *off the record*,

maka wartawan tidak dapat menuliskannya di Koran atau Media online.

4. Jurnalis bukan anonim. Dengan kemunculan *citizen journalism* seolah menjadi lawan dari kata *Ination state*. Dalam hal ini, warga Negara adalah individu yang mempunyai bukti illegal menjadi warga Negara. Maka *citizen journalism* adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang warga Negara legal. Syaratnya hanya bisa memanfaatkan internet dan bisa menulis maka ia sudah masuk kedalam *citizen journalism*.
5. Kualitas isi penting bagi jurnalis maka seorang jurnalis memperhatikan kualitas tulisan. Dia tidak bisa sembarangan menulis dan mempublikasikan berita, karna nantinya akan dipertanggungjawabkan. Jurnalis akan terkait hukum jika melanggar.



### BAB III

## MANAJEMEN REDAKSIONAL AKUN INSTAGRAM @INFOPONOROGO SEBAGAI MEDIA *CITIZEN JOURNALISM*

### A. Gambaran Umum Akun Instagram @infoponorogo

#### 1. Sejarah Terbentuknya Akun Instagram @infoponorogo

Akun @infoponorogo adalah akun Instagram yang memiliki tujuan menyampaikan informasi melalui media sosial. Akun @infoponorogo mulai aktif pada 14 November 2014, dengan nama pemilik Denny Eko N yang beralamat di jalan Urip Sumoharjo Kabupaten Ponorogo.<sup>56</sup> Pada awalnya pemilik akun @infoponorogo menggunakan media sosial Facebook. Seiring perkembangan teknologi pemilik akun akhirnya membuat akun pada media sosial Instagram.

Seiring berjalannya tahun perkembangan akun @infoponorogo terus melesat hingga tepat pada tahun 2017, dengan bertambahnya jumlah *followers* akun @infoponorogo dapat membawa pengaruh terhadap minat masyarakat Ponorogo. Akun @infoponorogo juga mulai digandeng oleh Kominfo Ponorogo. Tepat pada tahun 2018 @infoponorogo bekerja sama dengan dinas pariwisata pemuda olahraga, dan DISPORA untuk mengikuti perkembangan kegiatan-kegiatan besar yang ada di Kabupaten Ponorogo. Tepat ditahun 2019 akun @infoponorogo mulai memiliki dampak besar terhadap perkembangan *followers* serta mulai bekerja sama dengan dinas

---

<sup>56</sup>Dokumen Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoponorogo, 09 Februari 2024

Kominfo JATIM dibawah naungan “East Java Fluencer” untuk ikut andil dalam berbagai *event* yang diadakan di Jawa Timur. Mulai tahun 2020 @infoponorogo menjalin ikatan dengan humas pemda Ponorogo dalam tujuan mensukseskan visi misi Kabupaten Ponorogo. Secara umum, kerjasama yang dilakukan oleh @infoponorogo lebih cenderung pada personal tokoh-tokoh daerah.<sup>57</sup>

Saat ini akun Instagram @infoponorogo dikelola oleh 6 orang yang mana sudah memiliki tanggung jawab masing-masing. Tujuan selanjutnya yang dibuat @infoponorogo adalah untuk meningkatkan, menambah informai serta pengetahuan masyarakat dengan segala kegiatan ataupun berbagai fenomena yang terjadi di wilayah Kabupaten Ponorogo dan dapat menjadi wadah masyarakat dalam memberikan hal-hal informatif. Akun Instagram @infoponorogo saat ini telah memiliki 236.000 *followers* dengan 5000 lebih postingan foto dan video.<sup>58</sup>

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi

Menjadi media sosial acuan masyarakat terpercaya di Ponorogo dan sekitarnya.

### b. Misi

P O N O R O G O

---

<sup>57</sup>Dokumen Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoponorogo, 24 Februari 2024

<sup>58</sup>Dokumen Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoponorogo, 09 Februari 2024

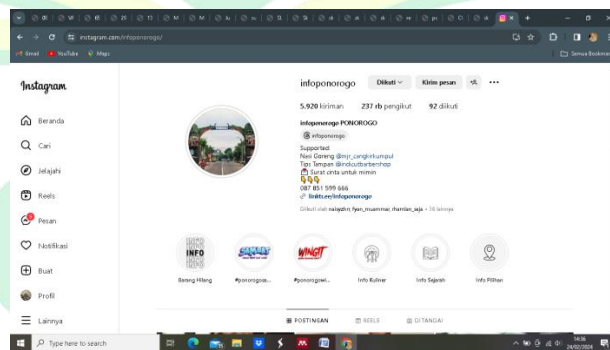
- 1) Memberikan akses informasi dan wawasan secara lebih mudah melalui media sosial
- 2) Mengabarkan secara cepat, tepat dan terpercaya
- 3) Menyampaikan keluhan kesah masyarakat secara lebih luas dan mendapatkan solusinya.

### 3. Profil dan Logo Akun Instagram @infoponorogo

Berikut profil akun Instagram @infoponorogo

#### a. Profil Info Ponorogo

Nama : Info Ponorogo  
 Founder : Denny Eko N  
 Alamat : Jl. Urip Sumoharjo No. 95, Krajan, Mangkujayan,  
 Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo  
 Kontak : Whatsaap 0878-5159-9666



Gambar 3.1 Profil Akun Instagram Info Ponorogo  
 Sumber: Dokumen Akun Instagram Info Ponorogo<sup>59</sup>

<sup>59</sup>Dokumen Akun Instagram Info Ponorogo, 24 Febuari 2024



## b. Logo Akun Instagram @infoponorogo



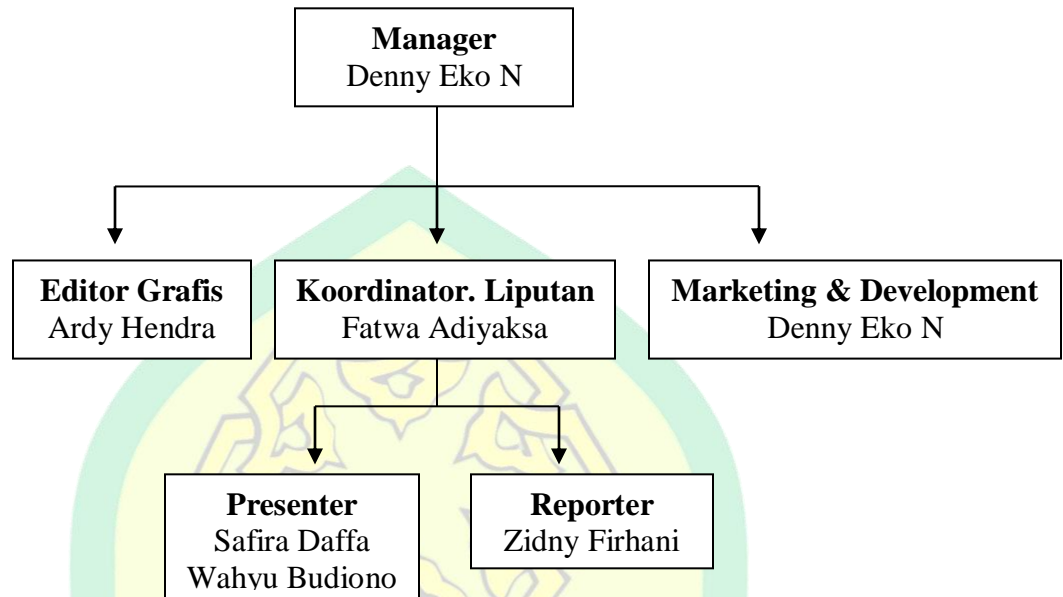
Gambar 3.2 Logo Akun Instagram Info Ponorogo  
 Sumber: Dokumen Akun Instagram Info Ponorogo<sup>60</sup>

## 4. Struktur Organisasi

Berikut struktur pengelola akun @infoponorogo

- a. Denny Eko : Alumni UNAIR S1 Manajemen, founder akun @infoponorogo, mantan jurnalis Kolom Deteksi Jawa Pos, wirausaha mebel
- b. Ardy Hendra : Editor @infoponorogo, SMK PGRI Ponorogo Otomotif
- c. Fatwa Adyaksa : S1 Pendidikan Bahasa Indonesia UNY, Koordinator liputan
- d. Safira Daffa : S1 Pendidikan Kimia UM Malang, Presenter @infoponorogo
- e. Wahyu Budiono : SMA Ponorogo, Presenter @infoponorogo
- f. Zidni Firhani : S1 Sosiologi UINSA, wirausaha fotografi dan video, reporter

<sup>60</sup>Dokumen Akun Instagram Info Ponorogo, 24 Febuari 2024



Bagan 3.1 Bagan Struktur Info Ponorogo  
 Sumber: Wawancara Denny Eko

## B. Pemaparan Data Khusus Manajemen Redaksional Akun Instagram

### @infoponorogo Sebagai Media *Citizen Journalism*

Manajemen redaksional sangat diperlukan oleh media-media yang memproduksi berita informasi yang nantinya akan disebarluaskan kepada khalyak. Manajemen redaksional juga diperlukan media untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi yang ada dan hal itu sangat diperlukan agar ada perbedaan karakteristik media tersebut.

Pola kerja redaksional sebuah media tergantung pada pimpinan yang bergerak untuk mengatur baik buruknya isi produksi pemberitaan. Dalam memproduksi berita informasi pimpinan atau *founder* (pemilik) akun dibantu oleh tim-tim yang bertugas di masing-masing bidangnya.

Pada manajemen redaksional dibutuhkan fungsi-fungsi manajemen yang dapat memberikan kontribusi pada saat pengelolaan akun tersebut. Fungsi manajemen akan selalu melekat untuk dijadikan bahan dalam merencanakan atau membuat suatu kegiatan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karenanya, pengelolaan sangat dibutuhkan dalam peranan yang begitu penting di perkembangan manajemen redaksional.

### **1. Paparan Data Proses Perencanaan Manajemen Redaksional Akun**

#### **Instagram @infoonorogo Sebagai Media *Citizen Journalism***

Proses perencanaan merupakan tahap awal yang terdiri dari kegiatan seperti apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan manajemen redaksional merupakan kegiatan yang mengacu pada pewujudan tujuan suatu organisasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut manajemen redaksional yang dilakukan oleh akun Instagram @infoonorogo pada tahap perencanaan adalah rapat membahas mengenai perencanaan terhadap materi konten dan melakukan riset isu terlebih dahulu melalui grup *whatsapp*. Grup *whatsapp* ini digunakan untuk media komunikasi yang dapat menjembatani tim dalam berkomunikasi. Tujuan dilakukannya riset adalah melihat isu atau informasi apa yang sedang berkembang dan hangat dibicarakan, serta memiliki nilai berita yang menarik untuk diberitakan. Manager @infoonorogo Denny Eko menjelaskan:

“Pada tahap perencanaan tentu saja tim akan melakukan rapat untuk menentukan bahan yang harus disiapkan untuk konten berita dan ada yang bertugas memantau disana, mulai dari adanya riset serta tahap editing dan *upload*, jadi setiap konten berita yang diunggah nanti akan tetap terkontrol”<sup>61</sup>

Tahap perencanaan pada manajemen redaksional memiliki fungsi untuk merencanakan dan mempersiapkan segala sesuatu terkait redaksional mulai dari menetapkan tujuan, menentukan jadwal, menentukan sasaran konten serta menentukan indikator kerja team. Dalam perencanaan manajemen redaksional perlu membuat keputusan dan pengembangan rencana dalam bentuk sasaran konten dan penentuan tugas. Akun Instagram @infoonorogo juga melakukan riset penjadwalan dengan melihat jangkauan sasaran terhadap konten serta impresi yang bagus dari para sasaran.

“Dalam perencanaan pun tim menentukan pertimbangan jadwal *upload* dan ada yang bertanggung jawab untuk memantau *traffic* Instagram sehingga setiap konten dapat terkontrol”<sup>62</sup>

Melalui konten berita yang di *upload* @infoonorogo bersifat umum atau universal. Pemilihan konten tersebut terkait dengan jangkauan atensi dan menariknya konten. Ada pertimbangan untuk konten berita yang diupload yang di mana konten tersebut tidak akan menimbulkan kericuhan. Hal ini dijelaskan oleh Ardy Hendra sebagai berikut:

---

<sup>61</sup>Wawancara, 02/W/9/2/2024

<sup>62</sup>Wawancara, 02/W/9/2/2024

“Disini tim berusaha memberikan informasi yang dapat membantu masyarakat. Untuk konten tentu saja tidak lepas dari konten-konten yang informatif, edukatif, menghibur, dan konten terkait isu yang sedang hangat diperbincangkan”<sup>63</sup>

Pada tahap perencanaan ini, akun Instagram @infoponorogo melakukan pengelolaan manajemen redaksional yang baik dengan menerapkan beberapa fungsi dan tahapan manajemen redaksional. Adapun persaingan pada media informasi yang sebenarnya banyak sekali *citizen journalism* yang memanfaatkan akun media sosial mereka sebagai wadah informasi. Berawal dari coba-coba dapat membentuk akun media sosial sebagai media informasi dan menjadi wadah bagi *citizen journalism* yang informasinya banyak dipercaya masyarakat. Deny Eko selaku *fouder* terus menunjukkan rasa semangat dan konsistensi dalam memberikan konten berita yang memiliki kredibilitas setiap kontennya terhadap masyarakat Ponorogo.

## **2. Paparan Data Proses Pengorganisasian Manajemen Redaksional**

### **Akun Instagram @infoponorogo Sebagai Media *Citizen***

#### ***Journalism***

Tahap pengorganisasian ini dapat kita artikan sebagai pembagian tugas-tugas yang yang nantinya akan dikelola dalam unit-unit yang ada. Pada setiap bagian dari struktur organisasi harus memiliki *job description* yang jelas agar dapat memahami tugas yang akan

---

<sup>63</sup>Wawancara, 03/W/6/3/2024

diberikan dan tanggung jawab yang sudah dipercayakan. Pada tahap pengorganisasian tentunya dibagi menjadi beberapa bagian dan akan dikelompokkan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Dalam tahap pengorganisasian @infoonorogo hanya memiliki sedikit tenaga pengelola yang terdiri dari 6 orang. Menurut penjelasan Denny Eko:

“Ada 6 staf yang mengelola akun Instagram @infoonorogo, untuk penempatan bidang ahlinya sudah sesuai dengan kemampuan masing-masing staf”<sup>64</sup>

Untuk pengorganisasi di sini staf @infoonorogo telah disesuaikan dengan kemampuan atau *skill* yang mereka miliki. Walaupun pendidikan mereka bukan lulusan bidang tersebut, tapi *skill* yang mereka punya telah memenuhi kriteria. Seperti staf editor yang ditugaskan bertanggung jawab dalam bagian editing video, foto, dan desain. Adapun bagian peliputan juga sudah disesuaikan dengan kemampuan teknik dalam pengambilan video dan gambar. Tugas yang diberikan kepada para staf sudah dipertimbangkan dengan melihat kemampuan individu serta pada saat bertugas kelompok. Hal ini yang dijelaskan oleh Denny Eko terkait penempatan divisi @infoonorogo sebagai berikut:

“Setiap staf ditempatkan pada bidang kemampuannya masing-masing seperti, bidang editor yang memiliki kemampuan editing, dan desain yang bagus dan menarik, walaupun sekolah mereka tidak dibidang tersebut, tetapi *skill* yang mereka miliki sesuai dengan penempatan *jobdeks* jadi

---

<sup>64</sup>Wawancara, 02/W/9/2/2024

hasilnya terlihat sangat bagus. Jika menyesuaikan dengan linier bidang pendidikan saya pernah berpengalaman kerja di deteksi Jawa Pos”<sup>65</sup>

Proses pengorganisasian dilakukan salah satunya untuk efektivitas dalam mengelola akun @infoponorogo. Pada tahap pengorganisasian dilakukan dengan langkah proses pembagian tanggung jawab setiap staf yang telah disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Dengan jumlah staf yang sedikit, mereka dapat merangkap dan saling membantu agar tujuan suatu kegiatan dapat dilakukan dengan baik dan semestinya.

### **3. Paparan Data Proses Pelaksanaan Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoponorogo Sebagai Media *Citizen Journalism***

Tahap pelaksanaan adalah aktivitas yang dilakukan dalam menggerakkan SDM (sumber daya manusia) beserta fasilitas yang dimiliki atau dibutuhkan dalam menunjang keberhasilan suatu tujuan. Pada tahap pelaksanaan ini tahapan yang dilakukan dalam proses menjalankan tugas yang telah diberikan kepada staf-staf. Tugas pelaksanaan staf @infoponorogo seperti bagian reportase yang akan bertugas meliput berita di lapangan, setelah itu akan diserahkan kepada bagian editor yang nantinya bahan berita tersebut akan di edit sesuai dengan kapasitas dan kriteria @infoponorogo, setelah melewati tahap tersebut maka akan dilakukan penjadwalan upload. Pada tahap

---

<sup>65</sup>Wawancara, 02/W/9/2/2024

penjadwalan disesuaikan dengan jam tayang. Biasanya jam penjadwalan upload disesuaikan dengan algoritma Instagram dengan menyesuaikan jam-jam yang berpotensi ramai. Ardy Hendra menjelaskan bahwa:

“Untuk reportase biasanya bersifat kondisional sesuai dengan kebutuhan saja. Tetapi, jika ada informasi terkait kejadian kayak kebakaran, kecelakaan tim repotase akan segera meluncur. Kecuali peliputan *event* yang sudah direncanakan sebelumnya, tim pengelola bisa saling membantu untuk peliputan”<sup>66</sup>

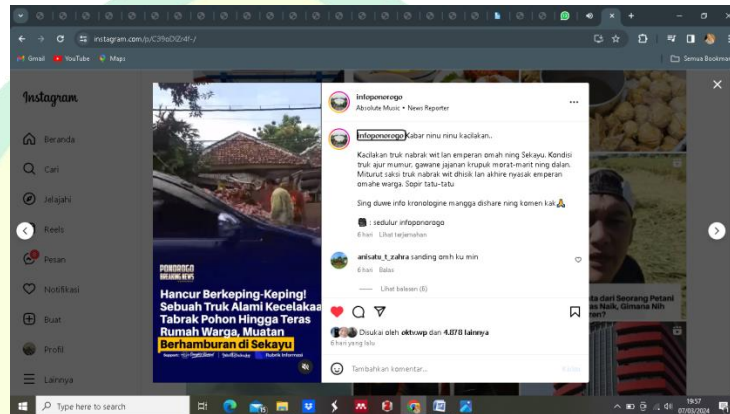
Jurnalis warga atau *citizen journalism* berkembang pesat ketika banyaknya media-media yang mulai tumbuh. Hingga saat ini tidak jarang *citizen journalism* menjadi penyebar informasi. Walaupun tidak memiliki pengalaman kewartawanan *citizen journalism* dapat dengan bebas memberikan informasi melalui media yang mereka gunakan. Salah satunya akun @infoponorogo yang dapat menjadi wadah *citizen journalism* dalam memberikan informasi. Ada beberapa konten yang diunggah berasal dari *citizen journalism* dengan dikirimkan kepada admin atau mengetag akun Instagram @infoponorogo. *Citizen journalism* memang sangat berperan penting dalam perkembangan informasi dan komunikasi. Partisipasi dalam menyampaikan informasi yang diberikan oleh *citizen journalism* dikembangkan dan dikemas oleh media @infoponorogo. Menurut Ardy Hendra sebagai berikut:

---

<sup>66</sup>Wawancara, 03/W/6/3/2024



“Kami menerima berita/ konten yang diberikan oleh masyarakat. Tetapi tidak semua berita tersebut kami unggah, karena tim pengelola juga bertanggung jawab untuk memeriksa validitas terkait informasi, jika informasi tersebut sudah dikatakan relevan dan cocok dengan kriteria konten @infoonorogo maka akan kami unggah”<sup>67</sup>



Gambar 3.3 Screenshot Reels Berita Kiriman *Citizen Journalism*<sup>68</sup>

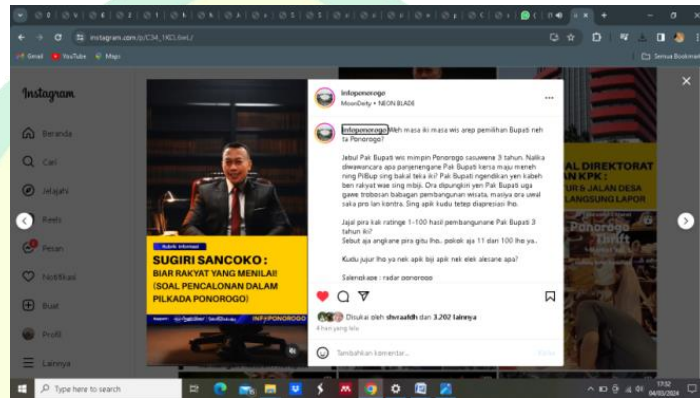
Memperhatikan Penulisan dalam pemberitaan sangat penting untuk menjabarkan informasi yang ingin disampaikan. Dalam kaidah jurnalistik penulisan berita harus mengandung unsur informatif dengan menerapkan penulisan piramida terbalik dan 5W+1H. Akun Instagram @infoonorogo juga memilih desain *caption* yang dapat menarik sasaran dengan menggunakan bahasa daerah yang dapat menunjukkan ciri khas seperti yang dijelaskan oleh Safira Daffa:

“Umumnya penulisan berita yang kita terapkan sudah menggunakan kaidah jurnalistik dengan menerapkan 5W+1H. Jika informasi yang kami peroleh kurang lengkap kami mengubahnya jadi pertanyaan ke netizen, dengan maksud

<sup>67</sup>Wawancara, 03/W/6/3/2024

<sup>68</sup>Screenshot diambil pada 7 Maret 2024

tujuan netizen yang dekat dengan lokasi kejadian dapat berbagiinformasi. Untuk *caption* ada beberapa yang menggunakan bahasa daerah jawa, tentunya sudah kami sesuaikan dengan kaidah penulisan berita dan bahasa jawa latin, dengan tujuan melestarikan bahasa jawa dan membantu mengedukasi tentang cara penulisan latin jawa yang benar”<sup>69</sup>



Gambar 3.4 Screenshot Caption Reels Akun Instagram Info Ponorogo<sup>70</sup>

Setelah melewati tahapan penulisan masuk pada tahap penyuntingan yang pada tahap ini informasi yang didapatkan pada saat peliputan akan melalui tahap editing. Editing dilakukan jika informasi sudah terkumpul dan siap untuk diolah menjadi konten berita. Informasi yang dikirimkan oleh *citizen journalism* tidak luput dari tahap penyuntingan. Tim editing @infoponorogo menjelaskan bahwa:

“Informasi dari masyarakat tentu saja melewati tahap penyuntingan, karna informasi itu perlu diolah lagi sesuai dengan relevan berita tersebut, seperti video, tulisan berita dan infografis yang mereka berikan harus kami sesuaikan dengan kebenarannya”<sup>71</sup>

<sup>69</sup>Wawancara, 04/W/7/3/2024

<sup>70</sup>Screenshot diambil pada 4 Maret 2024

<sup>71</sup>Wawancara, 03/W/6/3/2024

Setelah melewati penyuntingan masalah pada tahap penjadwalan yang mana dapat disesuaikan dengan jam tayang. Biasanya jam penjadwalan unggah konten berita disesuaikan dengan algoritma Instagram dengan menyesuaikan jam-jam yang berpotensi ramai sasaran jelas Denny Eko.

“Jam upload tim diskusikan bersama apakah pada jam yang telah ditentukan konten tersebut layak tayang. Konten yang biasanya kita upload di pagi hari adalah konten kuliner dan wisata, sedangkan untuk konten berita dan kejadian terkini tim upload di sore hari dan malam hari”<sup>72</sup>

Selain itu, ada beberapa konten berita yang mengutip dari media mainstream, seperti Detik.com, KompasTV, dan Koran-Koran lokal. *Current issue* dibentuk dengan mengikuti arus berita yang sedang hangat dibicarakan. Karna @infoonorogo juga mengikuti perkembangan isu berita maka dibutuhkan data yang kredibilitasnya dapat dipertanggung jawabkan. Hal ini dijelaskan oleh Denny Eko sebagai berikut:

“Setiap media mainstream dalam tulisan beritanya dicantumkan nama penulis dan editor, berhubung saya pernah kerja di deteksi Jawa Pos saya mengenal beberapa wartawan. Jadi setiap berita yang dikutip melalui media mainstream tersebut sudah tim pertimbangkan nilai kredibilitasnya, apalagi yang mengangkat berita tersebut adalah media besar jadi nilai *trustnya* tinggi”<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup>Wawancara, 02/W/9/2/2024

<sup>73</sup>Wawancara, 02/W/9/2/2024



Gambar 3.5 Screenshot Reels Berita Kutipan Kompas.com<sup>74</sup>

Pada manajemen redaksional tahap pelaksanaan tim @infoonorogo dapat meliput serta mengedit bahan berita yang nantinya akan menjadi sebuah konten berita yang memiliki nilai kredibilitas sehingga masyarakat dapat menjadikan @infoonorogo sebagai media informasi masyarakat Ponorogo. Dalam tahap pelaksanaan konten tentunya akan lebih diperhatikan lagi nilai kredibilitasnya, karna berita harus memiliki kualitas kepercayaan yang tinggi terhadap informasi.

#### **4. Paparan Data Tahap Evaluasi Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoonorogo Sebagai Media *Citizen Journalism***

Pada tahap pengawasan yang sama halnya dengan tahap evaluasi dari apa yang telah dilakukan melalui 3 tahapan sebelumnya. Tahap evaluasi dilakukan setelah melakukan fungsi pelaksanaan manajemen redaksional. Pada tahap ini, sebuah media yang pada dasarnya harus

<sup>74</sup>Screenshot diambil pada 7 Maret 2024

memberikan berita secara cepat tentu saja memiliki hambatan.

Menurut penjelasan Denny Eko sebagai berikut:

“Kadang ada beberapa benturan seperti yang terjadi di kota Ponorogo yang mendapat kritikan dari masyarakat mengenai jalan berlubang, jika berita tersebut naik otomatis pihak Bupati Ponorogo menghubungi kami. Jadi disitu tim harus seimbang klo berita yang diberitakan tidak benar, maka yang benar seperti apa jadi imbang untuk nilai persnya (untuk pihak yang terbentur)”<sup>75</sup>

*Controlling* perlu dilakukan di akhir tahap manajemen redaksional. Tahap pengawasan ini memang membutuhkan team yang sangat *aware* terhadap perkembangan akun itu sendiri. Kegiatan evaluasi ini merupakan kegiatan yang sudah terencana untuk mengetahui keadaan yang ada dilapangan seperti apa. Evaluasi dilakukan tidak hanya adanya kendala dilapangan saja, namun mempertimbangkan perkembangan *traffic* konten yang dapat melihat seberapa besar keberhasilan konten yang dibuat @infoponorogo.

Manager @infoponorogo Denny Eko menjelaskan bahwa:

“Evaluasi dilakukan dua minggu sekali, hal yang dibahas saat evaluasi terkait perkembangan akun kita kedepannya akan seperti apa, serta *interest* dan jangkauan konten, dan juga konten yang harus dihindari dan konten apa yang lebih unggul”<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup>Wawancara, 02/W/9/2/2024

<sup>76</sup>Wawancara, 02/W/9/2/2024



Gambar 3.6 Screenshot Insight Reels Akun Instagram @infoonorogo<sup>77</sup>

Pengawasan atau evaluasi ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk melihat feedback sasaran seperti apa. Dengan adanya *feedback* yang diberikan itu dapat dijadikan sebagai motivasi untuk terus bekerja mengembangkan akun Instagram @infoonorogo kedepannya agar lebih baik lagi. Presenter @infoonorogo Safira Daffa mengungkapkan:

“*Feedback* yang masyarakat berikan sangat penting, karna kami secara tidak langsung juga bagian dari mereka”<sup>78</sup>

Tahap pengawasan ini menjadi tahapan akhir dari manajemen redaksional. Pengawasan atau evaluasi sangat penting dilakukan bagi sebuah tim organisasi. Biasanya evaluasi diadakan pada setiap waktu atau tidak menentu karna tahap ini melihat apa yang dilakukan serta mempertimbangkan keadaan bagaimana perkembangan yang terjadi

<sup>77</sup>Screenshot diambil pada 7 Maret 2024

<sup>78</sup>Wawancara, 04/W/7/3/2024

pada media sosial tersebut. Setidaknya dalam evaluasi terjadinya perkembangan pada media tersebut tidak hanya adanya kendala.



## BAB IV

### ANALISIS MANAJEMEN REDAKSIONAL AKUN INSTAGRAM @INFOPONOROGO SEBAGAI MEDIA *CITIZEN JOURNALISM*

Setiap media sosial terdapat *culture* pekerjaan yang berbeda-beda. Dalam mewujudkan tujuan media sosial tersebut perlu adanya profesionalitas dalam menjalankan visi dan misi yang telah dibuat sebelumnya agar media tersebut dapat memperlihatkan profesionalitasnya. Mengelola sebuah media pasti memerlukan manajemen agar media tersebut dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Manajemen redaksional sendiri memiliki pengertian yaitu, pengelolaan yang dilakukan secara tersusun dimulai dengan pelaksanaan praktik jurnalistik dengan melakukan kerjasama tim dalam mendapatkan berita yang layak untuk dipublikasi.

Manajemen merupakan hal yang penting dalam sebuah organisasi atau instansi, karna dengan adanya manajemen mewujudkan tujuan lebih mudah. Menurut Pareno definisi manajemen redaksional merupakan penerapan fungsi-fungsi manajemen dengan tindakan-tindakan seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) hal tersebut ada dalam pengelolaan pemberitaan.<sup>79</sup>

Media sosial saat ini digunakan sebagai media informasi yang dapat dipercaya, karna adanya perkembangan tersebut membuat media-media mainstream pun tertarik

---

<sup>79</sup>Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), 20.



untuk menggunakan media sosial sebagai media pemberitaan (informasi). Seperti media sosial Instagram akun @infoponorogo yang merupakan salah satu dari akun media mainstream dengan tujuan menyebarkan informasi yang memiliki kredibilitas. Terbentuknya akun @infoponorogo dengan tujuan agar masyarakat sekitar Ponorogo dengan mudah mendapatkan informasi mengenai sekitar wilayah Ponorogo tanpa harus meragukan kebenarannya. Keberhasilan @infoponorogo dapat terlihat dari seberapa keras usahanya dalam mengelola akun tersebut. Upaya dalam membentuk akun @infoponorogo yang dapat menarik minat pengguna dengan mengunggah konten mengikuti trend sekarang ini, tapi tanpa mengurangi tingkat kredibilitas berita.<sup>80</sup>

Secara umum, manajemen memiliki tugas pokok dalam membuat rencana, membagi tim dengan melaksanakan tugas sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki, melaksanakan sebuah rencana tersebut dengan tim yang telah ditentukan, kemudian mengontrol keberhasilan atau kendala yang ada setelah dilakukannya pelaksanaan. Akun Instagram @infoponorogo sendiri menggunakan fungsi-fungsi dari manajemen dengan tujuan mempermudah dalam mengelola akun tersebut. Adanya manajemen membuat pengelolaan akun lebih teratur dan terpantau secara terstruktur. Fungsi-fungsi manajemen meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan atau evaluasi dengan pengendalian tersebut memberdayakan seluruh sumber daya organisasi.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup>Hasil observasi penulis terhadap akun Instagram @infoponorogo, 24 Februari 2024

<sup>81</sup>Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2012), 35.

## 1. Analisis Perencanaan Manajemen Redaksional Akun Instagram

### *@infoonorogo Sebagai Media Citizen Journalism*

Tahap perencanaan atau *planning* adalah tahap awal dari manajemen redaksional. Pada tahap perencanaan ini memiliki fungsi untuk merancang dan menyiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan terkait dengan kebijakan redaksional sebelum melakukan tindak reportase dan menghasilkan sebuah berita atau informasi.

Selain itu, perencanaan juga mencakup kegiatan yang menentukan tujuan objektif pada media serta menyiapkan rencana awal yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam tahap perencanaan ini harus ditentukan “apa yang harus dilakukan, kapan dilakukan, dan bagaimana melakukannya serta siapa yang harus melakukannya”.<sup>82</sup> Menurut Nickels dan McHugh perencanaan berfungsi untuk menetapkan tujuan, merumuskan strategi untuk mencapai sebuah tujuan tertentu, menentukan sumber daya yang diperlukan, dan menetapkan standar keberhasilan dalam pencapaian tujuan.

Tahap pertama dalam proses perencanaan Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoonorogo telah dilaksanakan oleh tim pengelola @infoonorogo. Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti dengan manager dan tim pengelola akun Instagram @infoonorogo,

---

<sup>82</sup>Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), 138.

perencanaan redaksional terkait pengelolaan akun mencakup, pengangkatan isu, penetapan tim pelaksana, target pasar (sasaran), target konten, hingga waktu pelaksanaan dan pengunggahan. Pada tahap proses perencanaan akan dilakukan oleh seluruh tim pengelola akun Instagram @infoponorogo, karna seluruh anggota akan bekerja pada saat tahap pelaksanaan dilakukan.

Pengelolaan akun Instagram @infoponorogo yang baik akan berdampak pada perkembangan akun tersebut. Konsisten dalam menerapkan manajemen redaksional yang kompleks menjadikan akun dapat terkelola secara teratur, salah satunya dengan cara menetapkan waktu upload yang konsisten dapat menjadi langkah kemajuan dalam perkembangan @infoponorogo.

Tahap perencanaan manajemen redaksional akun Instagram @infoponorogo telah memenuhi syarat dalam afiliasi sekaligus mendapatkan beberapa kerjasama bersama dinas wilayah Ponorogo, dan tentunya dapat menghasilkan uang melalui iklan yang mereka pasang pada akun @infoponorogo. Selain telah memenuhi syarat afiliasi pada tahap perencanaan akun Instagram @infoponorogo membuat manajemen redaksional akun @infoponorogo dengan perencanaan yang lebih matang, sehingga tidak ada yang kurang pada saat waktunya eksekusi.

Dalam menentukan isu berita tim pengelola @infoponorogo sangat berhati-hati dengan isu yang akan diangkat karna tidak boleh sembarangan, agar terhindar dari informasi hoax maka dilakukan observasi isu terlebih dahulu. Menariknya pada tahap perencanaan ini @infoponorogo dapat

mengelola isu menarik sehingga konten yang mereka upload tidak monoton dan lebih berwarna dengan mengikuti trend.

Berdasarkan pengamatan peneliti pada tahap perencanaan yang dilakukan @infoonorogo melalui rapat seluruh tim pengelola secara daring dan offline, dengan waktu rapat yang terbilang flaksibel tetapi tidak membuat pengelolaan akun terbengkalai. Perencanaan yang dilakukan akun @infoonorogo memberikan catatan mengenai apa saja yang akan diperlukan nanti pada saat pelaksanaan. Pada rapat tersebut memiliki kekuatan yang menjadi bagian pokok atau acuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh akun Instagram @infoonorogo. Dalam rapat juga dilakukan untuk mengidentifikasi mengenai kendala yang terjadi dalam proses pelaksanaan.

Dalam pelaksanaan program kerja dan tanggung jawabnya tim juga harus disesuaikan dengan kemampuan dan keahlian masing-masing individu, agar tugas yang diberikan dapat dilaksanakan dengan lancar. Selain itu, penempatan tugas dan posisi yang sesuai dengan kemampuan akan lebih mudah nantinya dan tentu saja akan sesuai dengan program kerja yang direncanakan sebelumnya.

Terkait target pasar atau sasaran, akun @infoonorogo menyediakan informasi untuk siapa saja dapat menikmatinya. Jadi semua orang bisa menikmati konten-konten informasi yang diunggah di Instagram tersebut. Pada tahap perencanaan yang artinya setiap tim menyiapkan pengelolaan manajemen yang sesuai dengan panduan dan tidak melanggar kebijakan

dalam Instagram, sehingga pengguna Instagram atau *followers* dapat menikmatinya dengan nyaman dan menerima informasinya dengan baik.

Penentuan target konten hingga waktu pengunggahan sudah dijelaskan pada bab III bahwa jangka upload setiap konten sehari diberikan minimal 3 konten dengan keterangan konten yang berbeda-beda sehingga masyarakat tidak bosan dalam mengikuti akun @infoonorogo. Dalam hal ini, artinya tahap perencanaan akan semakin kuat jika dalam proses perancangan waktu tidak tumpang tindih dan dapat dengan baik dinikmati *followers*.

## **2. Analisis Pengorganisasian Manajemen Redaksional Akun Instagram @infoonorogo Sebagai Media *Citizen Journalism***

Tahap *organizing* atau pengorganisasian merupakan salah satu dari fungsi manajemen redaksional berupa pembagian tugas sesuai dengan struktur organisasi dan kompetensi individu. Pembagian tanggung jawab ini diperlukan demi terwujudnya perencanaan yang telah disusun oleh tim sebelumnya. Dengan adanya pembagian tugas yang sesuai dengan kemampuan masing-masing individu maka pekerjaan dapat dilakukan secara efektif. Proses ini meliputi kegiatan-kegiatan yang lebih spesifik dan perlu diselesaikan sesuai dengan tujuan, pengelompokan kegiatan ini berkaitan dengan susunan yang logis dan struktur serta tugas dari kelompok kegiatan dibagi orang yang bertanggung jawab.<sup>83</sup> Pengorganisasian meliputi penugasan dengan setiap aktivitas terbagi menjadi beberapa pekerjaan dengan tugas yang

---

<sup>83</sup>Melayu S. P Hasibuhan. *Organisasi dan Motivasi* (PT. Bumi Aksara, 2005), h.33

spesifik dan menentukan siapa yang akan ditugaskan untuk mengerjakan masing-masing tugas tersebut.

Terkait dengan pemaparan data pada bab III, manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo mengelompokan tim menjadi beberapa bagian dengan menyesuaikan kemampuan masing-masing individu seperti:

a. Manager

Manager merupakan seseorang yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan dan juga mengarahkan organisasi atau tim yang bertujuan untuk mencapai sasaran. Tugas utama manager adalah mencapai tujuan dalam organisasi dengan menggerakkan sumber daya manusia, dan materi yang ada. Dalam hal ini, yang bertanggung jawab menjadi manager pada akun Instagram @infoonorogo adalah Denny Eko.

b. Editor Grafis

Editor grafis merupakan seorang desainer grafis yang bertugas dalam membuat karya-karya desain grafis. Tugas editor grafis adalah membuat desain grafis seperti, ilustrasi, tipografi, fotografi dan sebagainya. Pada kesempatan kali ini yang bertanggung jawab dalam bidang editor grafis pada akun @infoonorogo adalah Ady Hendra.

c. Koordinator Liputan

Koordinator liputan berperan sebagai penanggung jawab dalam mengatur dan memberikan jadwal liputan kepada reporter dan presenter. Pada akun Instagram @infoonorogo yang bertanggung jawab sebagai koordinator liputan ialah Fatwa Adiyaksa

d. Marketing dan Development

Marketing merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan minat serta kesadaran dalam memfasilitasi penjualan produk kepada calon konsumen. Development adalah seorang yang dapat menciptakan nilai jangka panjang melalui ide, gagasan, dan inisiatif dalam membangun hubungan pelanggan, development berperan dalam membangun strategi kemitraan bisnis. Kesempatan kali ini yang bertanggung jawab dalam marketing dan development @infoonorogo adalah Denny Eko.

e. Presenter

Presenter merupakan seseorang yang bertugas dalam menyampaikan berita yang sebelumnya sudah diolah oleh penulis naskah. Pada akun Instagram @infoonorogo yang bertanggung jawab dalam bertugas sebagai presenter adalah Safira Daffa dan Wahyu Budiono.

f. Reporter

Reporter adalah seseorang yang ditugaskan untuk melakukan peliputan berita dilapangan atau tempat terjadinya peristiwa (TKP). Dalam melakukan peliputan reporter harus berdasarkan pada sistem liput jurnalis 5W+1H yang digunakan untuk wawancara pada narasumber. Yang bertanggung jawab sebagai reporter @infoonorogo ialah Zidny Firhani.

Dalam tahap pengorganisasian diperlukan pembagian tugas atau pengelompokan sesuai dengan skill masing-masing individu. Pada tahap organisasi ini peneliti membagi pengelompokan menjadi enam bagian, yaitu manager, editor grafis, koordinator liputan, marketing dan development, presenter, serta reporter.

Berdasarkan pemaparan data tersebut, tim pengelola akun Instagram @infoonorogo sudah terstruktur dan mampu menjalankan tugas sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Sehingga nantinya konten yang akan diunggah di Instagram dapat dinikmati oleh pengguna Instagram atau *followers* tanpa adanya rasa *trust issue* terhadap kredibilitas berita.

### **3. Analisis Pelaksanaan Manajemen Redaksional Akun Instagram**

#### **@infoonorogo Sebagai Media *Citizen Journalism***

Tahap pelaksanaan dalam manajemen redaksional merupakan tahap yang aktivitasnya menggerakkan sumber daya manusia beserta dengan fasilitasnya sebagai penunjang untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan,



sehingga dapat menghasilkan produk jurnalistik.<sup>84</sup>Proses pelaksanaan adalah rangkaian kegiatan yang telah ditetapkan terdiri atas pengambilan keputusan, langkah strategis maupun operasional atau kebijakan yang menjadi kenyataan guna mencapai sasaran dari program yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>85</sup>

Berhasilnya akun @infoonorogo tergantung pada bagaimana kekompakan dalam tim. Artinya, manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo dikatakan berhasil jika selama proses yang dilakukan sudah sesuai dengan rencana dan tujuan awal. Terbentuknya tim berdasarkan struktur yang telah disesuaikan dengan kebutuhan manajemen redaksional akun adalah untuk meningkatkan serta mengembangkan akun Instagram tersebut diimbangi dengan usaha dan kerja keras nyata. Untuk diakui oleh dinas wilayah Ponorogo dan masyarakat sekitar Ponorogo tentunya harus bekerja keras demi menjunjung tinggi kredibilitas berita, sehingga akun bisa mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat terhadap informasi yang disampaikan dan dapat menjadi wadah informasi bagi masyarakat.

*Actuating* berhubungan dengan aspek-aspek individual yang ditimbulkan oleh adanya aturan terhadap bawahan-bawahan dalam memahami pembagian kerja yang efektif dengan tujuan kerja nyata. Artinya pada tahap pelaksanaan, segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan yang

---

<sup>84</sup>Kustadi Suhandang. Pengantar Jurnalistik: *Seputar Organisasi, Produk, & Kode Etik*. (Bandung: Penerbit Nuansa, 2004), 45.

<sup>85</sup>Abdullah M. Ma'ruf, *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014)

dilakukan oleh tim yaitu sesuai dengan pembagian tugas yang telah ditentukan pada tahap pengorganisasian. Setiap kelompok dan individu yang sudah memiliki tanggung jawab segera dilakukan. Dibutuhkannya koordinasi sebagai isyarat ketika setiap individu dan kelompok sudah melakukan tahap proses dilapangan. Jika memang ada tim yang memiliki kendala atau berhalangan maka tim lainnya dengan sigap membantu dengan marangkap (*double*) pekerjaan. Upaya yang dilakukan oleh @infoonorogo dalam *manage* pengelolaan konten dengan mendisiplinkan waktu, dan fokus terhadap pekerjaan yang dimiliki, serta meningkatkan kreatifitas demi menarik minat pengguna Instagram terhadap akun @infoonorogo.

Sesuai dengan paparan data di atas, tahap pelaksanaan manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo meliputi:<sup>86</sup>

a. Reportase

Reportase adalah proses pencarian berita atau kegiatan meliputi bahan berita dengan menggunakan teknik reportase, wawancara, dan riset kepustakaan. Akun @infoonorogo memiliki tim pengelola yang berteepatan di bidang peliputan. Kegiatan reportase yang dilakukan @infoonorogo bersifat kondisional dengan menyesuaikan kebutuhan berita. Konten yang dihasilkan @infoonorogo melalui tahap reportase langsung dan tidak

---

<sup>86</sup>Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), 82.

langsung yang dimana konten reportase langsung berupa kegiatan-kegiatan yang diadakan di kota Ponorogo, fenomena yang terjadi di sekitar Ponorogo, serta konten kuliner yang merupakan konten iklan. Sedangkan untuk reportase tidak langsung berupa konten hasil kiriman *citizen journalism* serta *reposting* yang mengutip berita terkini melalui media online terpercaya. Karena sebagai wadah media informasi @infoponorogo juga menerima beberapa berita atau informasi dari *citizen journalism* berupa, video, gambar yang di tag oleh *followers* akun Instagram @infoponorogo. Pada dasarnya jurnalis warga berperan dalam perkembangan media informasi di Indonesia, maka dari itu @infoponorogo menerima konten berita dari *citizen journalism*. Informasi yang diberikan oleh *citizen journalism* juga akan dikelola dan dikembangkan lagi oleh tim @infoponorogo. Karna media informasi seperti @infoponorogo memiliki kredibilitas dalam setiap konten berita yang mereka unggah. Seperti yang sudah dijelaskan pada pemaparan data, @infoponorogo menerima konten berita yang diberikan oleh *citizen journalism* tetapi @infoponorogo juga akan memeriksa validitas terhadap berita tersebut.<sup>87</sup>

---

<sup>87</sup>Wawancara, 03/W/6/3/2024

## b. Penulisan

Penulisan berita adalah proses penulisan yang menggunakan teknik melaporkan (*to report*) yang merujuk pada pola piramida terbalik dan unsur 5W+1H. Manajemen redaksional akun @infoonorogo ada yang ditugaskan bertanggung jawab dalam penulisan berita. Sebagaimana yang kita tau penulisan berita harus mengandung unsurinformatif dan mudah dipahami. Salah satunya terjadi pada akun @infoonorogo yang mana dalam penulisan berita sudah memperhatikan nilai informatif dan kredibilitas. Untuk penulisan berita @infoonorogo dibuat dengan gaya yang terkesan simple dan lebih mengajak pengguna instagram untuk membangun pemikiran kritis terhadap berita yang unggah. Namun, pada penulisan berita dapat lebih diperinci lagi informasinya, karna @infoonorogo merupakan akun yang dipercaya informasinya oleh masyarakat sebisa mungkin harus memberikan informasi yang lebih lengkap dan memiliki nilai kredibilitas. Seperti yang sudah dijelaskan pada pemaparan data, penggunaan *caption* pada akun @infoonorogo dibuat menggunakan bahasa daerah dengan tujuan melestarikan bahasa daerah dan menjadi salah satu ciri khas yang dimiliki @infoonorogo.<sup>88</sup> Pada dasarnya penggunaan bahasa yang mudah dipahami adalah salah satu tujuan khalayak dapat lebih

---

<sup>88</sup>Wawancara, 04/W/7/3/2024

mudah memahami tujuan dari informasi tersebut. Upaya dalam penulisan berita menggunakan unsur 5W+1H dapat membantu penulis dan khalayak dalam memahami informasi tersebut.

#### c. Penyuntingan

Penyuntingan adalah kegiatan editing atau kegiatan memperbaiki tulisan atau menyempurnakan tulisan agar lebih logis dan dapat dipahami. Informasi @infoonorogo yang didapat dari *citizen journalism* tentunya harus melewati tahap penyuntingan, karena pada tahap ini berita yang diberikan sebelumnya akan dikemas dengan baik sehingga dapat dinikmati. Tahap penyuntingan ini tidak luput dari pengawasan validasi berita, sejatinya berita itu berisikan informasi yang mengandung nilai kredibilitas. Pengelolaan @infoonorogo sejauh ini telah teliti terhadap pengecekan kredibilitas berita. Pada dasarnya setiap informasi yang diunggah @infoonorogo mengandung berita yang informatif.

#### d. Jadwal Mengunggah Berita

Menetapkan jam tayang dibutuhkan sebagai tolak ukur keberhasilan penyampaian informasi kepada masyarakat. Konten yang disajikan telah melewati tahap penyuntingan tersebut akan dipilah sesuai dengan kriteria jam konten yang telah ditetapkan oleh pengelola @infoonorogo. Tujuan ditetapkannya waktu upload agar tidak terjadi tumpang tindih dalam pengunggahan informasi, itu

semua dilakukan demi kenyamanan penonton dalam menikmati informasi.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan, manajemen redaksional akun @infoonorogo sudah kompleks seperti manajemen redaksional pada umumnya. Informasi-informasi yang disampaikan telah sesuai dengan validitas berita. Setiap informasi yang didapat dari citizen journalism pun sudah melalui tahap penyaringan, jadi tidak perlu khawatir terkait nilai kredibilitas berita.

#### **4. Analisis Pengawasan Manajemen Redaksional Akun Instagram**

##### **@infoonorogo Sebagai Media *Citizen Journalism***

*Controlling* atau pengawasan merupakan kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya untuk mengetahui perkembangan keadaan dilapangan dan media sosial. Pengawasan adalah kegiatan yang membandingkan dengan cara mengukur kegiatan yang sudah dilakukan atau dilaksanakan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pengawasan atau lebih dikenal dengan evaluasi dilakukan untuk menilai seberapa jauh perkembangan dari kegiatan yang dilakukan sebelumnya sehingga dianggap baik menurut sasaran.<sup>89</sup>Dalam manajemen redaksional tahap pengawasan yang dilakukan tim pengelola akun Instagram @infoonorogo adalah terkait perkembangan

---

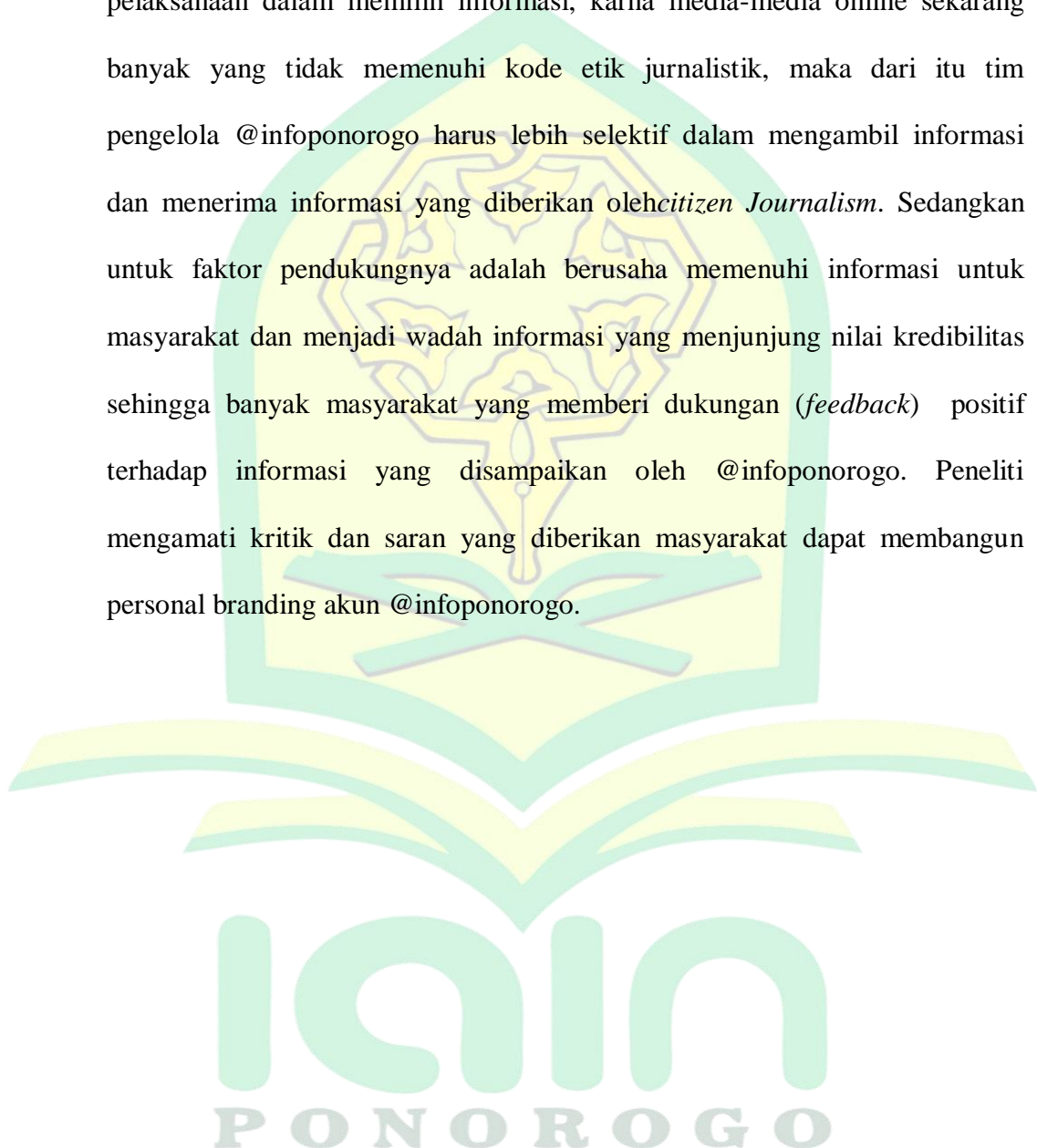
<sup>89</sup>Pawit. M, Yusuf, *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Instruksional*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya), 58.

akun kedepannya akan seperti apa, serta seberapa jauh jangkauan konten yang mereka unggah. Tahap evaluasi ini tim pengelola Instagram @infoonorogo menggunakan sebuah fitur untuk mengukur, mengontrol, setiap postingan yaitu insight. Fitur *insight* tersedia jika akun Instagram tersebut menggunakan mode bisnis.

Dari *insight* tim pengelola dapat mengetahui perkembangan akun @infoonorogo dengan suksesnya komunikasi dan penyampaian informasi yang dapat diterima oleh khlayak. Tak jarang *feedback* yang diberikan *followers* bernilai negatif. Maka setiap evaluasi yang dilakukan selama 2 minggu sekali ini adalah untuk merundingkan komen tersebut sehingga dapat dijadikan bahan motivasi tim pengelola agar lebih bersemangat lagi dalam mengembangkan akun Instagram @infoonorogo. Karna sekarang ini sangat sulit untuk mengikuti target pasar yang dimana para pengguna media sosial mayoritas anak milenial, jadi pengelolaan akun harus mengikuti pasar informasi agar tidak tertinggal dengan perkembangan zaman.

Berdasarkan pemaparan di atas, tim pengelola akun Instagram @infoonorogo melakukan rapat evaluasi. Evaluasi dilakukan kondisional, dengan waktu yang telah ditentukan selama 2 minggu sekali diadakan pertemuan *offline*, jika ada kendala mendesak tim akan berinding melalui grup *whatsapp*. Dengan hal ini akun Instagram milik @infoonorogo dapat menjadi acuan sebagai akun dengan pengelolaan manajemen redaksional yang baik.

Berdasarkan pemaparan data dalam bab III, menurut analisis peneliti dalam faktor-faktor yang menjadi kendala tim pengelola ada pada tahap pelaksanaan dalam memilih informasi, karna media-media online sekarang banyak yang tidak memenuhi kode etik jurnalistik, maka dari itu tim pengelola @infoonorogo harus lebih selektif dalam mengambil informasi dan menerima informasi yang diberikan oleh *citizen Journalism*. Sedangkan untuk faktor pendukungnya adalah berusaha memenuhi informasi untuk masyarakat dan menjadi wadah informasi yang menjunjung nilai kredibilitas sehingga banyak masyarakat yang memberi dukungan (*feedback*) positif terhadap informasi yang disampaikan oleh @infoonorogo. Peneliti mengamati kritik dan saran yang diberikan masyarakat dapat membangun personal branding akun @infoonorogo.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo. Pada umumnya ada beberapatahap dimulai dari proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

1. Proses perencanaan dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo diawali dengan kegiatan, riset isu pada tren berita terkini, mengadakan rapat yang dilakukan oleh tim pengelola secara online dan offlinedengan membahas terkait apa yang harus dipersiapkan ketika proses pelaksanaan, menentukan jangkauan sasaran dan menetapkan jadwal unggah konten.
2. Proses pengorganisasian dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo dengan membangun tim yang dapat diandalkan satu sama lain. Maka diperlukan adanya pembagian tugas sesuai dengan kemampuan masing-masing individu. Pembagian tugas meliputi manager, editor grafis, koordinator liputan, marketing, development, presenter, dan reporter. Hal ini dilakukan untuk mempermudah setiap pekerjaan agar berjalan sesuai dengan tugas dan kemampuannya masing-masing.
3. Proses pelaksanaan dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo dilakukan dengan menerapkan 3 tahap pelaksanaan yakni,

peliputan dengan menggunakan teknik reportase, penulisan dengan memperhatikan teknik 5W+1H, dan penyuntingan berita dengan tujuan menjaga kredibilitas berita. Untuk informasi berita hasil kiriman *citizen journalism* akan dipilah kembali dengan menyesuaikan validitas berita tersebut melalui tahap pengelolaan yaitu, tahap penulisan dan penyuntingan.

4. Proses pengawasan dalam manajemen redaksional akun Instagram @infoonorogo melalui kegiatan rapat yang diadakan selama 2 minggu sekali dengan membahas terkait *feedback* publik, evaluasi terhadap konten yang diunggah serta membahas kendala-kendala yang terjadi dilapangan pada saat peliputan.

## **B. Saran**

Dari kesimpulan diatas ada beberapa saran yang akan diuraikan, yaitu:

1. Secara normatif, akun Instagram @infoonorogo telah menjalankan manajemen redaksional dengan baik, namun ada beberapa hal yang sebaiknya lebih ditegaskan lagi yaitu mengenai proses pelaksanaan dalam kegiatan penulisan seperti mengutip berita pada media online, dan mengelola informasi yang diberikan oleh *citizen journalism*. Karna nilai kredibilitas berita sangat dibutuhkan di era banjirnya informasi palsu.
2. Diharapkan untuk pihak tim pengelola akun Instagram @infoonorogo lebih melihat faktor lainnya yang berhubungan dengan manajemen redaksional pengelolaan akun. Karena peneliti hanya berfokus terhadap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Agar tim

mengetahui kemampuan manajemen lain dalam meningkatkan jangkauan pada akun tersebut.

3. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya penulisan ini dapat dijadikan bahan acuan dalam pengelolaan manajemen redaksional, dan lebih dikembangkan lagi dengan tema dan maksud yang berbeda. Karena peneliti hanya membahas fungsi manajemen redaksional terkait perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan akun Instagram @infoponorogo sebagai media *citizen journalism*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abiyyu Hilmi Pradana, Shiefti Dyah Alyusi. "Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial." Prenada Media, 2019. Jakarta: 1–18.
- Amee. "glorykelemahan-dan-kekurangan-citizen-journalism," Diakses, 10 Desember 2023.
- Antasari, Citra, dan Renystiyah Dwi Pratiwi. "Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu." *Kinesik* 9, no. 2 (2022): 176–82. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Arya. "Pengertian Etika Dalam Jurnalisme," Diakses, 10 Desember 2023.
- Astute, Santi Indra. "Media, Discourse, Menulis itu Mudah," Diakses, 10 Desember 2023.
- Dataportal.com. "Pengguna Instagram, Statistik, Data & Tren." 2023, <https://dataportal.com/essential-instagram-stats>.
- Djati yuliatrisa Jhon Suprihanto, *Manajemen Umum Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: BFFF, 1998.
- Febriani, Ina Salmah. "Analisis deskriptif manajemen redaksi pada Republika Online." *Skripsi UIN Syarif* (2010): 40.
- Harahap, Imam Azhari, Nazmia Yusdi Arwana, dan Suci Wahyu Tami Br. "Teori dalam Penelitian Media," t.t.
- Hasibuhan, *Manajemen dasar, pengertian dan masalah*. Jakarta: Gunung Agung, 1989.
- Husaini, Usman. *Manajemen Teori Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Held, David. "Citizen journalism." *Airline Business* 24, no. 7 (2008): 54–55. <https://doi.org/10.4018/jsita.2011040101>.
- Kurniawan, Junaedhie. *Ensiklopedi Pers Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1991.

- Kusumaningrat, Imam FR. *Jadi Jurnalis Itu Gampang*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.
- Lubis, Siti Nurlaila. “Skripsi: Implementasi Jurnalistik Data Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Penerapan Jurnalisme Data di Instagram @INFOSUMBAR).” *UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 2021.
- Marwantika, Asna Istya, Galih Akbar Prabowo. *Citizen Journalism: Teori, Praktik, dan Model Literasi*. Yogyakarta: Q-MEDIA, 2023.
- Moeleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Nasyroh, Fitri Alam. "Skripsi: Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo." IAIN Ponorogo, 2020.
- Nurudin. *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta: PT, Raja Grafindo Persada, 2009.
- “Naskah\_Buku Referensi\_Citizen Journalism\_Asna-Galih.docx,” t.t.
- Pradana, Abiyyu Hilmi. “Shiefti Dyah Alyusi. Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial . Prenada Media, Jakarta, 2019. h.2. 1 1,” 2019, 1–18.
- Ramadhani, Aditya Prasanda. “Strategi Komunikasi Akun Instagram @beritacilegon Dalam Memerikan Informasi Ter-Update Seputar Kota Cilegon,” 2022.
- Restu, Kartiko Widi. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Ricky Alfansyah, “Warga Negara Dan Negara,” Diakses 10 Desember 2023.
- Ritonga, Rajab, dan Iswandi Syahputra. “Citizen Journalism and Public Participation in the Era of New Media in Indonesia: From Street to Tweet.” *Media and Communication* 7, no. 3 (Agustus 2019): 79–90. <https://doi.org/10.17645/MAC.V7I3.2094>.
- Ryo, Ryo, dan Farid Rusdi. “Pengaruh Praktik Citizen Journalism terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Pada Akun Instagram @JKTINFO di Jakarta.” *Koneksi* 5, no. 2 (2021): 338. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10333>.
- Siagan Sondang, *Fungsi-fungsi manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

- Solihin, Ismail. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Sofian Efendi, Masri Singarimbun. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LPJS, 1995.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rnika Cipta, 2016.
- Syahrina, Juwita, Nisya Siregar, dan Nurhasanah Harahap. “PENELITIAN TENTANG INSTAGRAM,” t.t.
- Syamsi, Ibnu. *Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Bina Aksara, 1998.

