

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN TERDAHULU, DAN KERANGKA KONSEP**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Manajemen Komunikasi**

Menurut Riinawati (2019:26-27) bahwa manajemen komunikasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang perspektif, paradigma, teori, model, metodologi penelitian, dan konsep-konsep komunikasi serta aspek-aspek manajerial untuk kepentingan pengelolaan sumber daya komunikasi dalam berbagai bentuk dan konteks dalam mewujudkan efektivitas komunikasi. Konsep manajemen dalam perspektif ilmu komunikasi pada hakikatnya dipahami sebagai proses memengaruhi orang lain. Selain itu, konsep dari manajemen komunikasi juga memberi saran kepada kita bahwa kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik bukan hanya sebagai hal yang sudah melekat dalam diri kita saja, melainkan sebagai suatu hal yang dapat kita pelajari dan kita kembangkan.

Secara harfiah, manajemen merupakan ilmu untuk menyelesaikan pekerjaan melalui suatu perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan kepemimpinan. Sedangkan, komunikasi diartikan sebagai proses interaksi antarindividu atau kelompok untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi untuk terhubung. dalam lingkungan orang lain. Oleh karena itu, pengertian manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep

komunikasi dengan teori manajemen untuk diterapkan dalam berbagai setting komunikasi (Riinawati, 2019:26-27).

Pengertian manajemen komunikasi adalah bagaimana cara orang mengelola proses komunikasi dalam hubungannya dengan orang lain dalam konteks komunikasi. Untuk menjelaskan istilah ini lebih jauh, kita perlu mengetahui definisi dari kedua kata tersebut, yaitu kata manajemen. Beberapa ahli menjelaskan pengertian manajemen komunikasi, di antaranya adalah:

1. Michael Kaye (1994)

Pengertian manajemen komunikasi menurut Michael Kaye adalah bagaimana orang-orang mengelola proses komunikasi mereka dengan orang lain dalam berbagai konteks komunikasi. Misalnya dalam situasi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.

2. Parag Diwan (1999)

Menurut Parag Diwan, pengertian manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3. Liebler dan Barker

Pengertian manajemen komunikasi menurut Liebler dan Barker adalah proses yang sistematis antara anggota organisasi dalam menjalankan

fungsifungsi manajemen untuk penyelesaian pekerjaan melalui proses negosiasi pengertian/ pemahaman antara satu individu maupun lebih yang bertujuan mencapai tujuan bersama (Riinawati, 2019:26-27).

Berdasarkan beberapa pengertian manajemen komunikasi di atas, maka yang dimaksudkan dengan manajemen komunikasi adalah proses timbal-balik untuk memberi, membujuk, dan memberikan perintah dari suatu informasi kepada orang lain serta merupakan tuntutan untuk menjembatani teoritis komunikasi dan praktisi komunikasi. Manajemen komunikasi akan membentuk suatu alur komunikasi agar tercipta koordinasi yang tidak saling tumpang tindih dan untuk memberikan solusi jika terjadi perbedaan pendapat antarindividu (Riinawati, 2019:26-27).

### **2.1.2 Manajemen Redaksi**

Menurut Pattia dalam jurnal (2020) bahwa di dalam sebuah media massa sendiri pasti ada yang mengatur dan bertanggung jawab di perusahaan dan ada juga yang bertanggung jawab di redaksinya. Manajemen media massa secara umum terbagi menjadi dua bagian besar, yaitu bagian redaksi dan perusahaan. Redaksi membawahi semua kegiatan yang berhubungan dengan produk, yaitu berita. Mulai dari perencanaan peliputan, pencarian berita, pengolahan data, perancangan halaman dan *layout*.

Sedangkan redaksi adalah bagian atau sekumpulan orang dalam sebuah organisasi perusahaan media massa (cetak, elektronik, onlie) yang bertugas untuk menolak atau mengizinkan pemuatan sebuah tulisan atau berita

melalui berbagai pertimbangan, di antaranya ialah bentuk tulisan berupa berita atau bukan, bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan (Manulang, 1990).

Dari definisi di atas, secara ringkas dapat disimpulkan bahwa redaksi ialah sekumpulan orang tim atau tim kerja (*team work*) dalam sebuah organisasi media massa yang bekerja sama dan bersinergi untuk mencapai tujuan bersama yang tugas utamanya ialah mempertimbangkan atau memilih berita mana yang layak muat dan tidak layak muat baik dari segi bahasa, akurasi maupun kebenaran tulisan. Kesemuanya itu akan dipertimbangkan oleh redaktur sebuah media. Dalam teori manajemen pers, bidang redaksional merupakan jantung sebuah media massa (Romli, 2005: 105).

Sehingga manajemen redaksi dapat diartikan sebagai proses kegiatan yang dilakukan berdasarkan tugasnya oleh antar individu saling berketerkaitan antara satu dengan lainnya. Pada media massa setiap individunya mengerjakan tugasnya masing-masing, dari menentukan berita yang akan dimuat, mencari dan mengolah berita, dan menyebarluaskan beritanya kepada khalayak. Selain itu evaluasi dari sebuah media untuk mencapai tujuan tersebut (Pattia, 2020).

Manajemen redaksi sendiri terkait erat dalam hal proses pembuatan informasi atau berita hingga berita siap terbit. Tentunya, hal ini menyangkut informasi atau berita mana yang layak muat atau pun tidak. Kelayakan informasi atau berita yang dimuat atau tidak kembali kepada kebijakan dari

seorang manager atau dalam bahasa manajemennya ialah pengambil keputusan (Pattia, 2020).

Fungsi utama dari manajemen redaksi ialah agar bagaimana informasi yang disajikan dalam dunia maya itu dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Oleh sebab itu manajemen redaksi yang teratur dan terarah sangatlah penting. Manajemen redaksi sendiri terkait erat dalam hal proses pembuatan berita hingga berita siap terbit. Tentunya hal ini menyangkut berita mana yang layak muat atau pun tidak. Kelayakan berita dimuat atau tidak kembali kepada kebijakan dari seorang manager atau bahasa manajemennya ialah pengambil keputusan (*decision maker*) (Haryatmoko, 2007:9).

Menurut Stefanus Akim dalam artikel [http:// stefanusakim multiply.com /journal /item /19 /manajemen-keredaksian](http://stefanusakim.multiply.com/journal/item/19/manajemen-keredaksian) diakses 22 Agustus 2022) bahwa manajemen redaksi adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi media, individual dan masyarakat.

Sebuah media massa, terdapat bentuk pembagian manajemen pada setiap divisi atau bagian, hal ini bertujuan agar setiap bagian fokus dalam menjalankan tugas masing-masing. Pembagian manajemen dalam media massa tersebut antara lain bagian redaksional, produksi maupun bisnis.

Bagian redaksional adalah bagian dimana tim tersebut menangani pemberitaan dalam media. Bagian ini dipimpin oleh pemimpin redaksi yang mempunyai tugas terkait pencarian dan penyampaian informasi berita. Bagian redaksional melakukan rapat redaksi yang akan membahas berita mana yang akan dipublikasikan dan ditangguhkan.

Dalam sebuah manajemen redaksi dibutuhkan fungsi - fungsi manajemen yang melekat untuk nantinya dijadikan bahan merencanakan atau membuat sebuah berita. Fungsi manajemen menurut Hasibuan (1989: 169) merupakan elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat dalam proses manajemen yang akan menjadi acuan bagi manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Adapun fungsi manajemen menurut Henry Fayol dan George R Terry menurut Indriani (2018:11-12) menyebutkan ada 4 fungsi manajemen yaitu:

### **1. Fungsi Perencanaan**

Fungsi perencanaan berkaitan tentang menetapkan tujuan perusahaan dan cara mencapai tujuan tersebut. Perencanaan juga adalah bagaimana perusahaan dalam menetapkan tujuan yang diinginkan yang selanjutnya menyusun rencana strategi untuk mengetahui bagaimana cara mencapai tujuan tersebut. Manajer dalam fungsi perencanaan harus mengkaji dan mengevaluasi berbagai rencana alternatif sebelum memutuskan karena ini adalah langkah awal yang bisa berpengaruh secara total dalam perkembangan perusahaan.

Perencanaan memiliki persyaratan untuk memenuhi kriteria realitis dan factual, fleksibel, logis dan rasional, memiliki komitmen, dan komprehensif. Perencanaan dapat terbagi kepada perencanaan jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek. Perencanaan juga dapat dibagi menjadi perencanaan sekali pakai dan perencanaan berkelanjutan.

## **2. Fungsi Pengorganisasian**

Fungsi pengorganisasian adalah pengaturan sumber daya manusia dan sumber daya fisik yang dimiliki agar bisa menjalankan rencana-rencana yang sudah diputuskan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Fungsi ini mengelompokkan semua orang, alat, tugas dan wewenang yang ada dijadikan satu kesatuan yang kemudian digerakkan melaksanakan apa yang sudah direncanakan sebelumnya.

Dari definisi di atas, disimpulkan bahwa fungsi pengorganisasian merupakan sebuah proses kegiatan dalam penyusunan fungsi organisasi sesuai dengan tujuan-tujuan dan sumber-sumber yang ada. Hasil dari fungsi pengorganisasian ialah struktur organisasi. Melalui struktur organisasi tersebut kemudian para tim redaksi bekerja sesuai posisi dan kemampuan yang sudah diberikan.

Pengorganisasian dapat memudahkan manajer untuk mengawasi dan menentukan orang-orang yang dibutuhkan dalam menjalankan tugas yang telah dibagi-bagi. Dengan adanya fungsi ini pembagian tugas-tugas bisa sesuai dengan kondisi perusahaan, mampu

menciptakan spesialisasi saat menjalankan tugas dan personil dalam perusahaan mengetahui secara jelas tugas apa yang akan dilaksanakan.

### **3. Fungsi Pelaksanaan/penggerakan**

Fungsi pelaksanaan/penggerakan adalah upaya dalam menciptakan suasana kerja yang dinamis, sehat agar kinerjanya lebih efektif dan efisien. Dengan fungsi ini manajer dapat membimbing dan memberikan motivasi kepada pekerja agar bisa bekerja secara efektif dan efisien, memberikan tugas serta penjelasan secara rutin tentang pekerjaan, dan dapat menjelaskan semua kebijakan yang sudah ditetapkan.

Dari definisi tersebut, pelaksanaan/penggerakan adalah sebuah bentuk komunikasi persuasif untuk memotivasi bawahan agar bersedia bekerja semaksimal mungkin agar menghasilkan bentuk kerja yang baik dari para karyawan. Pelaksanaan/penggerakan sangat penting dalam perusahaan media massa untuk menciptakan hubungan yang baik antara seorang pemimpin dengan bawahannya untuk melaksanakan tugas yang sejalan dengan visi dan misi media massa itu sendiri.

### **4. Fungsi Pengawasan**

Fungsi pengawasan adalah upaya untuk menilai suatu kinerja yang berpatokan pada standar yang telah dibuat, juga melakukan perbaikan apabila memang dibutuhkan. Misalnya, mengevaluasi keberhasilan dan target dengan cara mengikuti standar indikator yang sudah ditetapkan,



melakukan klarifikasi dan koreksi terhadap penyimpangan yang ditemukan, serta memberikan alternatif berupa solusi yang mungkin bisa mengatasi masalah yang terjadi di dalam perusahaan.

Bentuk pengendalian atau pengawasan yang baik adalah pengawasan yang sesuai dengan kebutuhan dan sifat atau karakter dari perusahaan tersebut. Sebuah pengawasan yang baik dilakukan dengan tidak menelan biaya yang banyak dan bisa menjamin adanya kegiatan perbaikan. Untuk itu, perusahaan perlu menyiapkan langkah tata kelola dan rencana perusahaan sebelum pengawasan dilaksanakan.

Definisi pengawasan ialah suatu usaha untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengawasan dilakukan untuk menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuantujuan perusahaan.

### **2.1.3 Media Online**

Definisi media online menurut romli (2020:34-35) menjelaskan bahwa media online (online media) disebut juga *cybermedia* (media siber) internet media (media internet) dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (website internet). Media online adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak dan

elektronik. Media online merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.

Media online merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Secara teknis atau “fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio online, tv online dan email.

Menurut Chun (2006), *new media* merupakan penyederhanaan istilah terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional, seperti televisi, radio, majalah, koran dan film. *New media* merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun *new media* sendiri tidak serta merta berarti media digital. video, teks, gambar, grafik yang diubah menjadi data-data berbentuk *byte*, hanya merujuk pada sisi teknologi *multimedia*, salah satu dari tiga unsur dalam *new media*, selain ciri interaktif dan interekstual.

Media online memiliki karakteristik tersendiri serta memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan dengan media konvensional seperti berikut ini:

1. Kapasitas luas –halaman web bisa menampung naskah sangat Panjang
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.

5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di bank data (arsip) dan dapat ditemukan melalui link, "artikel terkait, dan fasilitas "cari" (*search*).
10. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Keunggulan media online menurut Haryatmoko (2007: 105) adalah mampu menyajikan informasi lebih cepat dibandingkan dengan media massa lainnya sehingga informasinya senantiasa up to date (terbaru). Lebih dari itu media online dapat melakukan upgrade suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu, tanpa harus menunggu keesokan harinya layaknya media cetak.

Sekalipun kehadirannya belum terlalu lama media online memiliki pertumbuhan yang sangat spektakuler. Bahkan saat ini, hampir sebagian besar masyarakat diperkotaan mengemari media online. Bagi sebagian orang, media online sebagai alternatif dalam memperoleh akses informasi dan berita. Kini internet telah menjadi bagian primer dalam kehidupan manusia, sudah tidak dapat dipisahkan lagi dalam kehidupan sehari-hari. Internet merupakan induk utama dari tersebarnya informasi-informasi berbasis online ini. Media online atau internet kini dianggap sebagai sarana

yang paling efektif untuk menerbitkan pers (press release) bagi pengirim berita, baik individu maupun institusi (Romli, 2020:26).

## **2.2 Kajian Terdahulu**

Penelitian - penelitian terdahulu yang dijadikan bahan referensi bagi peneliti, yang mana penelitian terdahulu tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu tersebut mengenai manajemen redaksional serupa dengan penelitian yang akan dilakukan, tetapi juga memiliki perbedaan - perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian - penelitian terdahulu yaitu:

Penelitian pertama sebelumnya yang membahas mengenai hal serupa dengan peneliti dilakukan pertama (Pattia, 2020) oleh dengan judul “Strategi Manajemen Redaksi Radar Depok.com dalam Menghadapi Persaingan di era Digitalisasi”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi manajemen redaksi yang dilakukan radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi adalah dengan melakukan rapat setiap hari, malam hari, pagi hari, dan sore hari dengan beberapa tahap yang dilakukan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi dan pengawasan.

Kemudian penelitian kedua oleh (Realdi, 2018) pada jurnal “Manajemen Redaksional Rubrik Zitizen Riau Pos dalam Menarik Minat Baca pada Remaja di Kota Pekanbaru”. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa, dalam menggambarkan penerapan manajemen redaksi fungsi Riau Pos Zitizen dalam menarik minat baca dikalangan

remaja pada awalnya perencanaan Kota Pekanbaru dibagi menjadi dua kelompok yaitu perencanaan strategis dan operasional perencanaan. Sedangkan fungsi manajemen yang kedua organisasi yang struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan. Kemudian fungsi manajemen Ketiga yaitu mobilisasi, mobilisasi dibagi menjadi tiga kelompok yaitu reportase berita, penyutingan dan penulisan berita. Kemudian fungsi terakhir yang mengontrol berupa pengawasan yang dilakukan rubik Zitizen Riau Pos yaitu evaluasi dan umpan balik.

Penelitian ketiga oleh (Prasty, 2021), Selain itu, jurnal yang berjudul “Manajemen Redaksi Media Lokal dalam Pemberitaan Haji” Hasil penelitian adalah tema berita berkaitan dengan kebijakan pemerintah mengenai haji, persiapan keberangkatan, jadwal kepulangan, dan kondisi jamaah haji asal wilayah tersebut selama berada di Tanah Suci. Narasumber informasi berasal dari otoritas haji di tingkat lokal dan jamaah haji yang berasal dari wilayah yang sama dengan tempat media tersebut berada. Media memanfaatkan relasi dengan jamaah untuk memperoleh informasi secara langsung selama pelaksanaan ibadah haji. Teknik pengumpulan informasi media menggunakan cara liputan langsung utamanya di embarkasi/debarkasi serta kantor otoritas lokal haji di kota masing-masing, menggunakan website resmi Kementerian Agama, dan mengutip dari kantor berita lain.

Kemudian penelitian keempat oleh (Kusuma, 2021), “Analisis Deskriptif Manajemen Redaksional Surat Kabar Lokal Radar Sumbawa

Ditengah Arus Media Online”. Dari hasil penelitian diperoleh data bahwa manajemen POAC yang diterapkan pada keredaksian surat kabar Radar Sumbawa telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan pedoman POAC. Yakni dengan diadakan rapat proyeksi dan evaluasi untuk merencanakan peliputan, mengevaluasi, pemilihan sumber daya manusia (SDM) yang profesional dibidangnya dan mengadakan pelatihan pada wartawan untuk lebih mengasah kemampuan. Radar juga memperhatikan kebutuhan orang yang terlibat dalam bidang redaksi seperti memberikan reward kepada wartawan berprestasi dan segala fasilitas lain yang dapat menunjang aktivitas mereka. Sedangkan manajemen POAC yang diterapkan pada keredaksian website Radar juga tidak jauh berbeda dari media cetaknya. Website Radar Sumbawa difungsikan dengan baik dan memposting berita secara berkala. Hal ini kembali pada prinsip dari Radar Sumbawa yaitu menjadi koran terbesar dan menjadi referensi masyarakat NTB.

Penelitian kelima oleh (Parwati, 2021) dengan judul “Analisis Manajemen Redaksi Media Online di Masa Pandemi Covid-19 di Tirto.id Yogyakarta”. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diketahui bahwa secara umum, manajemen redaksi tirto.id telah menjalankan fungsi manajemen seperti planning, organizing, actuating, dan controlling dengan baik di masa Covid-19. Alur kerja redaksi tetap berjalan seperti biasa, mulai dari perencanaan, liputan daring dan proses penulisan berita serta penyuntingan naskah dilakukan secara virtual sebelum berita ditayangkan di portal tirto.id. Penugasan dilakukan secara daring memanfaatkan

platform digital seperti WhatsApp atau email. Dalam pelaksanaan liputan, redaksi *tirto.id* tidak mengizinkan reporternya melakukan liputan lapangan, termasuk ke wilayah zona merah. Walaupun demikian, peliputan tetap bisa dilakukan dengan memanfaatkan berbagai platform daring seperti aplikasi video *conference* atau aplikasi percakapan. Namun, bila terdapat kebutuhan untuk melakukan peliputan di lapangan, reporter harus mematuhi aturan yang dikeluarkan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) selama masa pandemi Covid-19. Pengawasan tetap dilakukan secara ketat, baik di masa normal maupun pandemi Covid-19, agar kualitas liputan terjaga dan tetap baik.

Kemudian penelitian keenam oleh (Murthado, 2019), dengan judul “Manajemen Keredaksian di Harian Analisa Medan”. Adapun Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa (1) Pada tahap perencanaan, bidang redaksional Surat Kabar Harian Analisa, Medan terencana dengan baik, hal ini terlihat dari terlaksanya rapat perencanaan liputan atau rapat redaksi. (2) Pada tahap pengorganisasian manajemen redaksional telah membentuk struktur organisasi dengan jabatan dan tugas masing-masing personil. (3) Tahap penggerakan merupakan tahap yang sangat penting dalam manajemen redaksional di Surat Kabar Harian Analisa, Medan, karena dengan adanya penggerakan, proses pengelolaan materi pemberitaan berjalan dengan lancar, mulai dari proses peliputan, penulisan, sampai pada penyuntingan (*editing*) naskah berita. (4) Tahap pengawasan dalam manajemen redaksional pada Surat Kabar Harian Analisa, Medan dilakukan

dalam bentuk pengarahan langsung terhadap wartawan saat naskah beritanya diedit oleh redaktur masih mengalami kekurangan data.

Penelitian terakhir oleh (Kumalasari, 2019), dengan judul “Manajemen Redaksi Idn Times Dalam Menghadapi Persaingan Media Online”. Hasil penelitian menyatakan bahwa pada redaksi IDN Times dalam menyajikan suatu berita dilakukan melalui beberapa tahapan mulai dari menyusun rencana, kerjasama anggota tim redaksi, pelaksanaan produksi berita dan melakukan evaluasi. Selain itu, dalam menghadapi persaingan media online tim redaksi IDN Times menggunakan formula *focus, speed and quality*, menyediakan konten positif, memanfaatkan media sosial yang dimiliki untuk mendekatkan diri kepada pembacanya dan mengembangkan komunitas menulis.

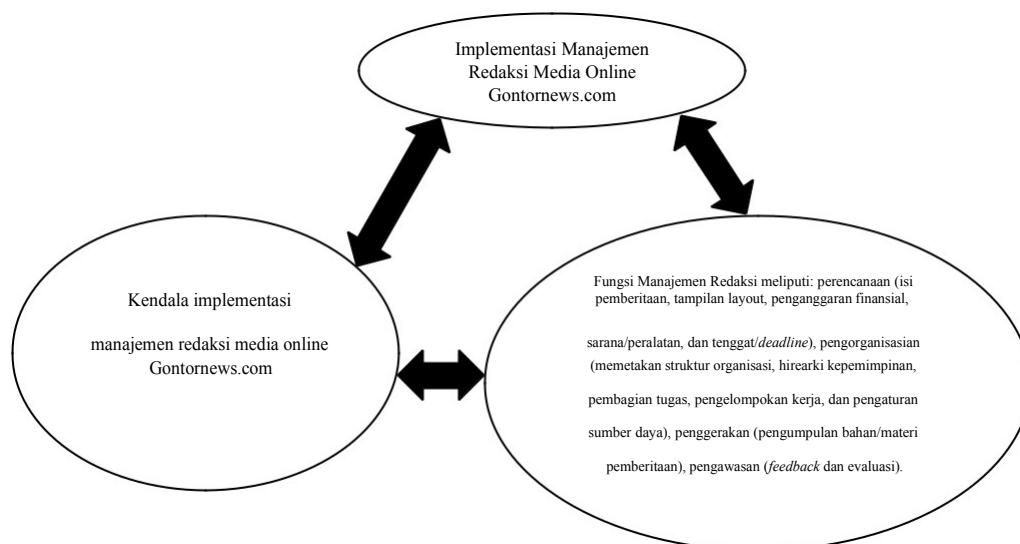
Adapun persamaan dari penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang manajemen redaksi melalui media online. Akan tetapi penelitian yang akan dilakukan peneliti mempunyai perbedaan yaitu terletak kepada objek penelitian di media online yaitu gontornews.com.

### **2.3 Kerangka Konsep**

Berdasarkan permasalahan dan konsep yang telah ada peneliti uraikan diatas, maka peneliti membuat kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran akan menjelaskan arah penelitian secara keseluruhan. Kerangka ini menjadi menjadi pemahaman mendasar bagi peneliti sebagai pondasi untuk



mendukung pemikiran selanjutnya. Adapun bentuk kerangka pemikiran yang dirancang oleh peneliti sebagai berikut:



Gambar 2.1: Kerangka Konsep Penelitian

Berikut ini penjelasan dari kerangka konsep yang akan dilakukan peneliti dalam implementasi manajemen redaksi media online di gontornews.com meliputi:

1. Perencanaan dalam menetapkan peran dan misi, menentukan wilayah objek informasi, memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai.
2. Pengorganisasian struktur organisasi, hirarki kepemimpinan, pembagian tugas, pengelompokan kerja, dan pengaturan sumber daya.
3. Pelaksanaan/penggerakan dalam memotivasi dari pimpinan redaksi kepada tenaga agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.
4. Pengawasan untuk mengevaluasi keberhasilan dalam pencapaian tujuan, dan melakukan *feedback*.