



STRATEGI REDAKSI INDOSPORT.COM DALAM PERSAINGAN INDUSTRI MEDIA DI ERA DIGITAL

Junita Fardani^{1*}, Haris Sumadiria¹, Lida Imelda Cholidah²

^{1*)}Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²⁾Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email: junitafrdn@gmail.com.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Indosport.com dalam mengatur sistem keredaksian pada tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam persaingan industri di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif serta teori manajemen George R. Terry. Hasil penelitian ini pada tahap perencanaan, Indosport.com membentuk karakteristik media, meningkatkan SEO, membangun relasi, berkolaborasi, menggunakan media sosial, menjaga hubungan baik dengan narasumber. Struktur pengorganisasian sama seperti media lainnya, namun menggunakan sistem efisiensi struktural. Kemampuan serta bakat menjadi tolak ukur untuk mengelompokkan karyawan. Tahap pelaksanaan melakukan rapat keredaksian, analisa digital via Google Trends, mengoptimalkan sosial media, dan menerapkan pembagian shift kerja. Pada tahap pengawasan melakukan perbandingan proyeksi dengan hasil report serta evaluasi pada data traffic dan memberikan teguran atau sanksi jika ada kesalahan.

Kata Kunci: Strategi; Redaksi; Media *Online*; Era Digital

ABSTRACT

This study aims to find out how Indosport.com's strategy is in managing the editorial system at the planning, organizing, implementing, and monitoring stages in industrial competition in the

digital era. This study uses a qualitative approach with descriptive methods and George R. Terry's management theory. The results of this research are at the planning stage, Indosport.com forms media characteristics, improves SEO, builds relationships, collaborates, uses social media, maintains good relations with sources. The organizational structure is the same as other media, but uses a structural efficiency system. Ability and talent become benchmarks for classifying employees. The implementation stage is conducting editorial meetings, digital analysis via Google Trends, optimizing social media, and implementing the division of work shifts. At the monitoring stage, comparisons of projections with report results as well as evaluation of traffic data and provide warnings or sanctions if there are errors.

Keywords: Strategy; Editorial; Online media; Digital era

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman membuat perubahan yang cukup signifikan terhadap media massa saat ini. Bukan tanpa sebab, perubahan ini terjadi karena adanya perkembangan teknologi yang hadir pada kehidupan manusia sehingga memasuki era digital yang membuat segala kegiatan dalam kehidupan manusia dapat dipermudah dengan bantuan teknologi yang tersedia terlebih pada bidang komunikasi. Hal ini dikarenakan adanya akses internet yang mudah dijangkau. Era digital memicu munculnya media *online* sebagai *new media* atau media baru yang berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi di tengah perkembangan internet yang semakin maju.

Industri media massa memiliki perubahan yang cukup signifikan setelah munculnya media *online*, salah satunya yaitu minat khalayak dalam memilih sarana informasi. Media *online* dinilai lebih efisien dan fleksibel dalam mencari informasi, baik informasi terdahulu maupun terbaru karena berita dalam media internet akan otomatis tersimpan yang memudahkan untuk mengakses berita-berita terdahulu sehingga tidak adanya keterbatasan untuk dapat meraih informasi yang diinginkan.

Saat ini banyak perusahaan-perusahaan media cetak yang melakukan peralihan dari sistem analog ke sistem digital sebagai bentuk strategi untuk dapat bertahan dan mempertahankan eksistensinya serta bersaing ditengah persaingan industri media dalam era yang serba digital ini.

Persaingan industri media pada era digital semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya media *online* yang hadir di tengah lingkungan masyarakat. Banyak perusahaan media massa yang kini memanfaatkan media *online* sebagai sarana informasi karena perkembangan serta peluang pada target pasar yang jauh lebih besar dan juga luas. Adi Ginanjar selaku pemimpin redaksi Ayobandung.com dalam penelitian Diki Gumilang (2018) mengatakan bahwa saat ini media *online* ada sekitar 43.000 menurut dewan pers, akan tetapi dari sekian banyak media *online* yang ada, yang terverifikasi oleh dewan pers hanyalah beberapa persen dari banyaknya media *online* saat ini (Gumilang, 2018). Persaingan industri media yang semakin ketat tentunya pers tidak boleh menyampingkan suatu kebenaran yang ada pada berita. Kovach (Wibawa, 2020: 194) juga turut mengingatkan bahwasannya pers harus menyampaikan sebuah berita yang berimbang yang tidak

boleh hanya menyiarkan hal baik ataupun buruknya saja, sehingga harus benar dan utuh.

Penyusunan strategi dalam mengatur sistem keredaksian sangatlah penting bagi perusahaan untuk keberlangsungan perusahaan kedepannya. Pemilihan media Indosport.com yang dijadikan sebagai objek penelitian ini dilakukan karena Indosport.com merupakan sebuah portal berita yang berbasis *online*. Selain itu Indosport atau PT. Media Sport Indonesia merupakan sebuah perusahaan media yang memfokuskan pemberitaan olahraga yang dimana masih sedikit penelitian yang membahas mengenai strategi dari sebuah perusahaan media yang berfokus pada bidang olahraga. Maka perlu mengetahui bagaimana mengatur keredaksian agar dapat bersaing di tengah banyaknya media *online* saat ini yang menyajikan berita serupa. Apalagi saat ini media sosial juga memiliki peran sebagai sarana dalam menyampaikan informasi sehingga membuat persaingan dari segi penyajian bertambah ketat. Indosport.com merupakan salah satu portal berita yang membahas mengenai berita olahraga nasional dan internasional. Indosport.com juga merupakan salah satu media *online* yang sudah terverifikasi oleh dewan pers. Berdiri pada akhir tahun 2012, tentunya banyak hal yang telah dilalui. Untuk sampai pada titik ini tentunya ada berbagai upaya dan usaha yang dilakukan oleh media Indosport.com.

Penelitian ini membutuhkan kajian pustaka dari berbagai sumber yang dilakukan untuk membantu dan mempermudah penulis dalam melakukan penelitian di lapangan yang dijadikan sebagai referensi.

Pertama, penelitian Chintya Gita Mei Nia. 2021. Strategi Redaksi Surat Kabar Pikiran Rakyat Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital. Hasil penelitian ini melihat bahwa Surat Kabar Pikiran Rakyat berhasil menerapkan strategi sebagai upaya dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri media massa dalam era digital.

Kedua, penelitian Diki Gumilang. 2018. Manajemen Strategi Redaksi Media *Online* Ayobandung.com Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa Ayobandung.com tidak memiliki perbedaan yang jauh dari media lainnya dari segi teoritis, tetapi yang menjadi pembedaan yaitu melakukan inovasi dan perombakan-perombakan, menganggap pesaing dari media lain sebagai partner kerja serta melakukan evaluasi.

Ketiga, penelitian Okta Widiawati. 2019. Rebranding Sistem Redaksi Scarf Media Menjadi Media Digital. Hasil dari penelitian, sistem redaksi Scarf Media setelah melakukan rebranding menjadi media digital, flow berubah menjadi lebih efektif, ringkas, dan juga koordinasi yang lebih mudah.

Keempat, penelitian Ilham Faturochman. 2018. Strategi Manajemen Surat Kabar Harian Umum Radar Tasikmalaya dalam Persaingan Dengan Media *Online*. Hasil dari penelitian ini pada iklan memberikan harga yang terjangkau dan menampilkan iklan yang menarik, menghasilkan cetakan tanpa cacat sedikitpun, dan menerapkan prinsip segmentasi, targeting, dan juga *positioning*.

Kelima, penelitian Lia Julyanti. 2021. *Manajemen Redaksional Media Lokal Di Era Disrupsi (Studi Deskriptif Pada Majalah Sunda Mangle)*. Hasil dari penelitian ini redaksi Mangle melakukan rapat redaksi, majalah mangle masih menggunakan sistem rangkap jabatan, melakukan motivasi dan dorongan kepada para anggota, beroperasi sesuai dengan alur pembuatan naskah, dan melakukan pengecekan serta evaluasi..

Penelitian ini memiliki pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana penerapan strategi redaksional dari media Indosport.com berlangsung ditengah persaingan industri media media dalam era digital pada tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif karena merupakan suatu metode yang memaparkan atau mendeskripsikan fenomena yang kemudian dikaitkan pada teori yang relevan dengan teori yang diterapkan terhadap variabel-variabel penelitian (Mukhtar, 2013: 10 dalam Kuswadi 2021: 77). Menggunakan metode deskriptif, penelitian ini akan diketik dan disusun menggunakan kata-kata yang peneliti rangkai dari pemahaman penulis mengenai hasil yang diraih pada proses wawancara yang telah dilakukan secara terstruktur.

Paradigma pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang melihat ilmu sosial sebagai bentuk analisis sistematis yang tertuju pada tindakan yang bermakna secara sosial dengan melakukan pengamatan secara langsung dan juga secara terperinci pada perilaku-perilaku sosial yang berkaitan dengan tindakan mengelola dan menciptakan dunia sosial mereka (Putra SOD, dkk, 2020: 125).

Pendekatan kualitatif diterapkan dalam penelitian ini karena menurut Erickson (1968) dalam buku "*Metodologi Penelitian Kualitatif*" yang ditulis oleh Anggito dan Setiawan (2018) mengatakan bahwasannya pada penelitian kualitatif itu merupakan usaha dalam menemukan serta memaparkan atau mendeskripsikan dengan cara naratif dari kegiatan dan juga dampak mengenai tindakan atau kegiatan yang dilakukan terhadap hidup mereka (Anggito dan Setiawan, 2018: 7).

LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini pada landasan teoritis memiliki beberapa materi yang akan dibahas, diantaranya yaitu: strategi, redaksi, media *online*, dan era digital.

Strategi menurut Grant (2008:10) dalam buku "*Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*" yang ditulis oleh Ritonga diartikan sebagai rencana dari keseluruhan perihal sumber daya dalam menciptakan posisi yang menguntungkan dan dapat dikatakan bahwa manajemen strategi merupakan keterlibatan dalam pengembangan serta penerapan strategi yang terdapat pada kerangka pengembangan keunggulan untuk bersaing (Ritonga, 2020: 3-4).

Strategi menurut pendapat Kuncoro (2015 dalam Ritonga, 2020: 46) merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap serta memiliki

keterkaitan dan berurur. Pada proses manajemen strategi, tahapan utamanya terdiri dari analisis terhadap situasi, pembentukan strategi, penerapan strategi, serta evaluasi pada kinerja. Kontekstual adalah sifat yang dimiliki strategi dan harus sesuai dengan persaingan serta tantangan yang harus dihadapi.

Redaksi menurut KBBI merupakan bagian dari persuratkabaran yang bertugas untuk memilah dan memilih kata seta menyusun tulisan yang kemudian akan dimasukkan atau disajikan dalam surat kabar dan sebagainya. Pengertian redaksi tersebut dapat disimpulkan bahwa redaksi merupakan suatu bagian yang berada dalam setiap industri media massa dengan fungsi untuk mengolah suatu isu atau berita yang terjadi sehingga menjadi sebuah informasi atau berita yang layak disajikan dan dikonsumsi oleh masyarakat banyak.

Septiawan Sananta (2005 dalam Nia, 2021: 29) mengatakah bawa redaksi pada media massa merupakan suatu struktur dan juga mekanisme untuk mengambil keputusan dengan melakukan pertimbangan serta menilai sebuah peristiwa yang terjadi pada proses media massa, baik media elektronik, cetak, maupun media *online* dengan melihat apakah adanya nilai berita dalam peristiwa tersebut

Media menurut KBBI memiliki makna sebagai alat atau sarana komunikasi. Selain itu bisa didefinisikan sebagai perantara atau penghubung. Hal ini dapat disimpulkan bahwa media *online* merupakan salah satu sarana komunikasi dalam menyampaikan informasi namun dalam bentuk *online*. Merupakan produk jurnalistik, media *online* diartikan sebagai bentuk pelaporan mengenai sebuah fakta atau peristiwa yang diolah dan disajikan serta disebarakan melalui internet (Romli, 2018: 34). Sumadiria mendefinisikan jurnalistik secara teknis sebagai suatu kegiatan yang terdiri dari menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan serta menyebarluaskan berita melalui media dengan secepatnya (Sumadiria, 2005: 3 dalam Sumadiria, 2017: 4). Sedangkan internet merupakan sebuah sistem jaringan yang menghubungkan komputer (Romli, 2018: 16). Maka dari itu jurnalistik pada media *online* dapat dikatakan sebagai proses penyampaian menggunakan perantara internet.

Menurut McQuail, media baru atau *new media* merupakan sebuah alat atau sarana komunikasi yang digunakan oleh individu yang terdiri dari seperangkat alat teknologi komunikasi, individu juga dapat berbagi fitur yang memungkinkan karena lahirnya digitalisasi (Taufik, 2020: 111). Sehingga dapat dikatakan media *online* hadir sebagai bentuk media baru yang dijadikan sebagai alat dalam menyampaikan informasi. Teknik penulisan dalam menyajikan penulisan *online* dirumuskan oleh para ahli sebagai berikut (Romli, 2018: 123-125): (1) *Short Paragraph* (Alinea Pendek): Penulisan sebaiknya menggunakan alinea atau paragraf pendek, maksimal lima baris, (2) *White Space* (Jarak Antara Alinea): Tidak seperti media cetak atau buku, gaya atau bentuk penulisan online tidak mengenal lekuk ke dalam (inden) sehingga diganti dengan spasi/jarak (ruang putih) pada setiap alinea, (3) Tidak Ada Lekukan (*Indent*): Tidak ada lekukan dalam format naskah media online sehingga digantikan oleh penggunaan spasi atau jarak setiap alinea. Indent

merupakan gaya dalam penyajian naskah media cetak maupun koran sebagai bentuk tanda alinea baru, (4) *Align Line* (Rata Kiri): Penggunaan rata kiri pada format naskah online ditetapkan oleh *World Wide Web Consortium* (W3C) sebagai standar penulisan, (5) *Highlight*: *Highlight* yang dimaksud disini yaitu pemberian tanda pada teks khusus seperti miring (*italic*), tebal (**bold**), berwarna, atau kutipan (“..”). sehingga memberikan kesan penulisan naskah yang lebih menarik perhatian.

Adapun beberapa karakteristik pada media *online* menurut Asep Syamsul M. Romli (2018: 37-38) yang mengarah pada karakteristik jurnalistik *online* diantaranya yaitu: (1) Multimedia: Dalam penyajian sebuah informasi atau berita dapat berbentuk teks, gambar, grafis, audio serta video secara bersamaan., (2) Aktualitas: Adanya kemudahan serta kecepatan dalam penyajian informasi sehingga informasi bersifat aktual, (3) Cepat: Berita atau informasi yang telah diunggah atau disiarkan dapat langsung diakses oleh banyak orang, (4) Update: Jika terjadinya kesalahan yang terjadi, baik dari segi konten atau redaksional, dapat melakukan pembaruan, (5) Kapasitas luas: Naskah yang disajikan dalam halaman sebuah web dapat disajikan dengan panjang, (6) Fleksibilitas: Dalam mengunggah dan juga mengedit sebuah naskah dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, (7) Luas: Konten yang telah disajikan dapat dijangkau oleh seluruh belahan dunia yang terdapat akses internet (8) Interaktif: Bersifat interaktif dikarenakan adanya fitur kolom komentar serta ruang chat yang telah disediakan, (9) Terdokumentasi: informasi yang disampaikan akan tersimpan di arsip atau bank data sehingga dapat ditemukan dengan link, artikel terkait serta search atau pencarian yang telah disediakan, (10) Hyperlinked: dapat terhubung pada link atau sumber dari informasi yang memiliki keterkaitan dengan informasi yang tersaji.

Era digital adalah sebuah keadaan lingkungan yang kehidupannya dipermudah dengan bantuan teknologi pada setiap kegiatannya, selain itu pada era digital merupakan sebuah zaman yang hadir dalam rangka memperbaharui atau menggantikan teknologi yang lama sehingga menjadi lebih modern dan juga praktis (Sirojudin, 2021: 44).

Pada tahun 1960-an adanya penemuan komputer serta internet yang merupakan awal revolusi industri 3.0 sehingga konsep pada revolusi digital berkembang (Hermawanto dan Anggraini, 2020: 42). Perkembangan era digital yang hadir di tengah lingkungan masyarakat membawa banyak perubahan dari berbagai aspek. Hingga saat ini perkembangan dari teknologi pun tidak dapat dibendung. Munculah revolusi industri 4.0 yang merupakan bentuk dari perubahan atau revolusi digital yang telah berkembang dengan terobosan dalam ranah digital yang lebih lengkap dari revolusi 3.0 (Hermawanto dan Anggraini, 2020: 43).

Perkembangan revolusi digital 4.0 memiliki pengaruh terhadap manusia mengenai cara pandangnya dalam bekerja serta menjalankan kegiatan pada kehidupannya, seperti halnya kehidupan yang kian terdigitalisasi serta pemusatan terhadap kinerja teknologi yang memiliki keterkaitan dengan teknologi mesin, mobilitas internet, 3D printing, serta teknologi robotik dan AI. (Hermawanto dan

Anggraini, 2020: 44). Revolusi digital 4.0 menggambarkan era yang memiliki perubahan eksponensial dari cara berhubungan dengan sesama, menjalankan kehidupan, dan bekerja (Hermawanto dan Anggraini, 2020: 45).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas mengenai strategi media Indosport.com dalam mengelola dan mengatur sistem keredaksian ditengah persaingan industri media dalam era digital yang membahas dari proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilandasi dengan teori manajemen George R. Terry.

Tahap Planning (Perencanaan)

Berkembangnya teknologi pada era digital yang semakin luar biasa membuat perubahan terhadap persaingan industri media. Saat ini persaingan industri media tidak hanya antar media saja. Kemunculan platform-platform yang berpotensi sebagai sarana dalam menyebarkan informasi, menambah daya saing dalam hal pemberitaan. Persaingan yang kompetitif terbesar tidak hanya antara media saja namun juga sosial media, seperti Youtuber Deddy Corbuzier yang pada isi podcastnya dapat dijadikan berita disetiap kasus. Wartawan harus dapat bersaing secara sehat dalam menemukan sudut pandang yang menarik untuk pembaca karena persaingan industri media yang sangat kompetitif.

Indosport.com sebagai perusahaan media massa tentunya memiliki planning untuk keberlangsungan perusahaan. Membentuk serta menyusun planning merupakan suatu hal yang penting dan harus dilakukan karena akan menentukan proses kegiatan pelaksanaan dalam keredaksian. Selain itu dalam merumuskan strategi pada tahap perencanaan merupakan salah satu upaya yang dilakukan agar dapat meraih tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Banyak cara yang dilakukan Indosport.com ditengah persaingan Industri media dalam era digital, namun ada hal-hal yang ditekankan oleh Indosport.com dalam merumuskan strategi pada tahap perencanaan.

Membentuk karakteristik media merupakan salah satu poin penting dari strategi yang diterapkan oleh Indosport.com. Karakteristik media telah dibangun oleh Indosport.com pada tahun 2015 yang bertujuan untuk mendapatkan ciri khas serta menjadi pembeda dengan media-media lain mengingat dahulu banyaknya media bola yang ada. Membentuk karakteristik media sama halnya dengan membentuk suatu hal yang berbeda dengan media lain pada saat itu sehingga dibutuhkannya *research* agar dapat mengumpulkan serta merumuskan fakta-fakta yang didapat sehingga dapat membentuk karakteristik media, seperti yang diungkapkan oleh Sukarna (2011: 25-16) mengenai proses perencanaan yang membutuhkan *research* sebagai landasan dalam mengumpulkan data atau fakta.

Indosport.com sebagai media olahraga memfokuskan pada berita-berita nasional, sehingga persentase pada pemberitaan nasional lebih besar jika dibandingkan dengan berita internasional dan mengetahui market yang dituju. Hal

ini dilakukan karena Indosport.com ingin membangun olahraga Indonesia sebagai media independen sesuai dengan visi dan misi yang digunakan yaitu ingin memajukan olahraga Tanah Air. Tidak hanya itu Indosport.com juga melakukan pemberitaan mengenai kegiatan event (acara) olahraga dalam upaya mendukung semua komunitas olahraga dan juga melakukan pemberitaan mengenai infotainment dan tokoh-tokoh yang memiliki keterkaitan dengan olahraga.

Membentuk karakteristik media dengan memfokuskan berita olahraga nasional sehingga berita olahraga nasional memiliki persentase yang lebih besar jika dibandingkan dengan berita olahraga internasional serta turut mendukung komunitas olahraga memiliki keterkaitan dengan teori intimacy (kedekatan). Hal ini karena dengan memprioritaskan isu-isu lokal akan meningkatkan daya tarik komunikasi yaitu masyarakat Indonesia sehingga memiliki kedekatan dengan masyarakat. Hal ini berkaitan dengan teori intimacy yang menurut Sternberg (1986 dalam Indriastuti dan Nawangsari, 2014: 152) yang dimana teori intimacy ini merupakan sebuah elemen emosional yang melibatkan perasaan dengan menunjukkan adanya suatu kedekatan, keterkaitan, dan keterikatan secara emosional.

Indosport.com juga melakukan peningkatan pada SEO agar adanya peningkatan visibility SEO dalam mesin pencarian dengan cara melakukan Referral Backlink dari Agregator. Referral merupakan pengunjung yang berasal dari link yang terkait pada situs-situs web lainnya (Hamdani, dkk, 2021: 1332). Indosport.com juga melakukan hubungan baik dengan media lain sehingga terciptanya relasi antar media yang dapat menciptakan kolaborasi serta meningkatkan referral media Indosport.com yang tersebar di digital pada platform-platform publik. SEO (*Search Engine Optimization*) yang ditulis Romli dalam buku “*Jurnalistik Online*” mengatakan bahwa SEO merupakan rangkaian dari proses kegiatan yang dikerjakan secara tersusun atau sistematis dalam upaya meningkatkan volume serta kualitas pada trafik kunjungan situs web melalui mesin pencarian. SEO juga dapat dikatakan optimasi atau mengoptimalkan pada mesin pencarian. (Romli, 2018: 100).

Menggunakan media sosial merupakan bentuk upaya Indosport.com agar dapat mengikuti perkembangan zaman yang kian berubah sehingga media Indosport.com tidak tertinggal oleh pembaharuan zaman di era digital. selain itu menjaga hubungan baik dengan narasumber.

Indosport.com juga melakukan diskusi bersama pada rapat redaksi yang membahas mengenai proyeksi pemberitaan. Rapat redaksi juga membahas mengenai strategi yang akan dilakukan kedepannya. Jika rapat mingguan, rapat redaksi akan membahas mengenai strategi yang dilakukan seminggu kedepan. Hal ini berlaku juga untuk rapat bulanan dan rapat harian. Selain itu pada rapat keredaksian, hal-hal yang dibahas merupakan evaluasi dan proyeksi. Proyeksi merupakan sebuah kegiatan untuk memperkirakan kondisi di masa mendatang berdasarkan data serta informasi yang diperoleh dari masa kini dan masa lampau (Santosa dan Rahmawati, 2018: 47). Sehingga diperlukan untuk membahas serta

berdiskusi mengenai proyeksi yang akan dilakukan kedepannya untuk keberlangsungan perusahaan. Selain itu saat event olahraga diselenggarakan, rapat keredaksian juga semakin intens dalam hal komunikasi yang dilakukan saat daily meeting atau rapat harian. Masing-masing PIC atau penanggung jawab cabang olahraga bertugas untuk merangkum agenda sepekan ke depan kemudian akan dilakukan diskusi bersama untuk merumuskan berita-berita yang sekiranya bisa menarik minat pembaca. Cabang olahraga yang memiliki banyak minat masyarakat lebih diutamakan oleh Indosport.com, seperti berita seputar bulutangkis dan sepakbola.

Sebagai industri media adapun target bulanan yang ditetapkan oleh Indosport.com untuk pembaca atau langganan pada website namun hal tersebut merupakan suatu hal yang tidak dapat dikatakan, akan tetapi adapun target dalam menyiarkan berita setiap harinya, yaitu sekitar 100 hingga 120 berita per hari. Saat adanya event olahraga yang diselenggarakan, komposisi jumlah berita untuk event terkait akan lebih banyak dibandingkan berita lainnya selain itu proses komunikasi juga akan lebih intens.

Adapun upaya yang dilakukan Indosport.com agar berita yang disampaikan tidak hanya dilihat dari judulnya saja oleh pembaca, yaitu dengan memperkuat isi berita dan berupaya agar isi dan judul sinkron. Penulis diminta untuk menghindari pemilihan judul yang masuk kategori clickbait karena akan berdampak terhadap kredibilitas media di mata masyarakat.

Tahap perencanaan yang dilakukan Indosport.com sudah sesuai dengan teori George R. Terry yang mengatakan bahwa pada tahap perencanaan merupakan sebuah proses pemilihan serta menghubungkan fakta-fakta dengan membuat asumsi untuk masa depan dengan menggambarkan dan juga merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan (Sukarna, 2011: 10). Hal ini dapat dilihat dari rapat keredaksian yang dalam kegiatannya juga melakukan research untuk mengumpulkan data yang diperlukan sehingga dapat menghubungkan fakta-fakta yang dapat membentuk asumsi untuk kedepannya dengan membentuk rumusan kegiatan yang akan dilakukan sehingga membentuk strategi untuk keberlangsungan perusahaan. Seperti halnya dalam membentuk karakteristik yang tentunya dalam membentuk karakteristik media harus mengamati media-media lain sehingga dapat menciptakan suatu hal yang berbeda. Hal ini juga berkaitan dengan proses perencanaan yang ditulis oleh Sukarna (2011: 25-26) yang berpendapat bahwa perencanaan harus didasari oleh fakta yang didapat dari hasil research.

Tahap Organizing (Pengorganisasian)

Struktur keredaksian Indosport.com pada tahap pengorganisasian tidak jauh berbeda dengan media-media lain, namun yang membedakannya yaitu dari segi penerapannya. Pada tahap pengorganisasian adapun cara-cara yang dilakukan serta kriteria yang ditetapkan dalam merekrut dan menempatkan serta pengelompokan SDM (sumber daya manusia)

Indosport.com menerapkan cara efisiensi struktural pada tahap pengorganisasian. Hal ini dikarenakan dalam masalah perekrutan karyawan, Indosport.com akan menghitung secara ROI (Refund Of Investment) yang dapat memperkirakan pengeluaran Indosport.com dengan hasil yang akan didapatnya di 4 (empat) tahun kemudian, sehingga dalam merekrut karyawan Indosport.com akan menyesuaikan dengan kebutuhan. ROI merupakan bentuk rasio profitabilitas pada perusahaan dalam mengukur kebijakan serta keputusan perusahaan, selain itu juga ROI merupakan ukuran mengenai manajemen dalam pengelolaan investasinya (dalam hal ini bisa juga berupa perekrutan karyawan) (Sanjaya, 2017: 17).

Efisiensi struktural diterapkan karena dalam merekrut karyawan, Indosport.com harus memperkirakan dari segi potensi mengenai hal apa dan berapa yang akan didapat Indosport.com kedepannya jika merekrut karyawan tersebut. Pada dasarnya dapat dikatakan dalam sistem merekrut karyawan, Indosport.com akan memilih sesuai dengan kebutuhan.

Bakat dan kemampuan merupakan hal yang dilihat Indosport.com dalam melakukan proses pengorganisasian untuk menentukan dan mengelompokkan orang-orang yang akan terlibat dalam tim redaksi. Melihat bakat serta kemampuan dari seluruh karyawan merupakan cara Indosport.com dalam menentukan serta mengelompokkan karyawan agar sesuai dengan bidangnya untuk melakukan pekerjaannya. Hal ini memiliki keselarasan dengan teori George R. Terry yang mengatakan bahwa proses pengorganisasian merupakan proses kegiatan dalam menentukan, mengelompokkan, serta menyusun berbagai macam kegiatan kepada pegawai atau karyawan yang sesuai dan cocok dengan kemampuannya (Sukarna, 2011: 38).

Selain itu Indosport.com juga memiliki kriteria yang dibutuhkan untuk merekrut karyawan yang akan bergabung dengan tim redaksi. Kriteria tersebut yaitu memiliki sifat yang jujur, memiliki kreatifitas, dan selalu memiliki motivasi untuk selalu belajar. Tahap perekrutan Indosport.com juga memiliki masa progression selama 3 (tiga) bulan lamanya. Pada masa progression, calon karyawan akan dilihat dari kinerja dan kemampuannya sehingga dapat menentukan karyawan tersebut dapat terhubung atau tidak dalam tim redaksi Indosport.com. Namun jika sebelum 3 (tiga) bulan selama masa progression dirasa tidak cocok dan memiliki sikap yang kurang baik, Indosport.com tidak akan melanjutkan progression tersebut. Indosport.com melakukan perekrutan karyawan sesuai dengan kebutuhan.

Menambah skill karyawan merupakan upaya Indosport.com dalam menghasilkan SDM (sumber daya manusia) yang berkualitas. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang, wartawan dituntut agar dapat beradaptasi karena perubahan yang ada sehingga mampu bersaing di tengah persaingan industri media dalam era digital. Penyajian dalam berita *online* juga mengalami perkembangan sehingga wartawan harus dapat menambah skill mereka untuk menyesuaikan diri. Dalam upaya menambah skill karyawan, Indosport.com

melakukan pelatihan terhadap karyawan-karyawannya sehingga dapat menghasilkan SDM yang berkualitas.

Sistem kerja yang kondusif akan mempengaruhi kelancaran sebuah perusahaan. Untuk kelancaran dan keberlangsungan perusahaan, Indosport.com memberikan kebebasan berpendapat, berargumen, kritik, dan saran namun berkreaitifitas pada sistem keredaksian Indosport.com sehingga menerapkan pendekatan persuasif kepada karyawan. Hal ini bertujuan agar karyawan juga dapat bebas untuk berkreaitif serta mendapatkan masukan yang bersifat membangun sehingga menciptakan sistem kerja yang kondusif yang diraih dari hasil diskusi. Karyawan dapat memberikan pendapat, mengkritik, dan memberikan saran yang membangun kepada pemimpin redaksi atau kepengurusan keredaksian hingga kegiatan keredaksian. Namun keputusan tersebut tetap berada ditangan pemimpin.

Pendekatan persuasif menurut Onong Uchjana Effendy merupakan merayu atau membujuk. Namun dalam pengertian komunikasi persuasif merupakan sebuah penyampaian pesan atau pendapat seseorang kepada orang lain mengenai pendapatnya, perubahan sikap, serta tingkah lakunya (Mubarok, 2019: 74-75).

Demokrasi terpimpin juga diterapkan oleh Indosport.com, sehingga anggota-anggota yang memiliki argumentasi, kritik, dan masukan dapat berjalan dengan kondusif dengan adanya pemimpin yang mengambil keputusan. Dapat dikatakan bahwa keputusan akhir tetap dipegang oleh pemimpin karena memiliki tanggung jawab yang besar atas keberlangsungan perusahaan.

Tahap Actuating (Pelaksanaan)

Pada tahap peremcamaam, Indosport.com memiliki beberapa hal yang perlu dipersiapkan dan dilakukan untuk keberlangsungan media. Analisa digital via google trends merupakan salah satu cara Indosport.com dalam menentukan berita mana yang layak untuk diunggah. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa saja isu-isu yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat banyak melalui mesin pencarian google sehingga bisa menjadi bahan pertimbangan.

Indosport.com dalam memproduksi berita adapun kegiatan serta hal-hal yang perlu diperhatikan agar dapat memproduksi berita yang berkualitas, diantaranya yaitu: (1) Kemampuan Riset: Wartawan harus melakukan riset terlebih dahulu agar dapat memperkaya tulisan pada berita sehingga informasi yang dikemas dapat tersampaikan dengan baik oleh pembaca, (2) Proses Penyeleksian Informasi: Dalam membuat berita, Indosport.com melakukan penyeleksian informasi terlebih dahulu yang dilakukan oleh redaktur pelaksana dan redaktur/editor untuk melihat apakah informasi tersebut layak untuk tayang di website resmi Indosport.com. Setelah melakukan proses penyeleksian, barulah kegiatan tersebut diteruskan oleh penulis untuk dikerjakan sehingga membentuk berita yang layak disajikan. Penulisan berita yang telah diselesaikan oleh penulis kemudian akan dikirim kembali ke editor untuk melakukan pengecekan lebih detail, (3) Detail yang harus diperhatikan: Pemilihan judul memiliki dampak dalam

mempengaruhi minat pembaca untuk mengunjungi situs Indosport.com serta menemukan informasi baru seputar olahraga. Kerapian penulisan serta penggunaan bahasa Indonesia yang juga menjadi suatu hal yang penting yang perlu diperhatikan dalam proses pelaksanaan kegiatan keredaksian Indosport.com. Berita yang telah selesai diproduksi akan dikirim ke editor untuk melakukan pengecekan ulang sehingga editor akan menentukan kerapian bahasa Indonesia dan memastikan tidak adanya kesalahan penulisan. Pengecekan ulang bertujuan untuk memastikan tidak adanya kesalahan yang terjadi dalam berita atau dapat dikatakan *zero mistake*.

Penyajian berita di Indosport.com memiliki beberapa kriteria untuk layak tayang di website Indosport.com. Namun kriteria utama dalam penyajian berita olahraga Indosport.com yaitu nilai berita, figur sentral dalam berita, serta apa dan siapa yang disajikan dalam berita. Kriteria dalam pemilihan headline atau berita utama pada halaman awal atas website Indosport.com kemungkinan besar biasanya berupa breaking news karena memiliki sifat cepat dan singkat untuk sekedar memberikan informasi awal. Kemudian berita itu akan diperdalam kembali dengan berita lanjutan atau follow up yang dikemas dengan judul yang lebih menarik. Kriteria dalam pemilihan headline bisa juga mengenai berita pada cabang-cabang olahraga yang menjadi favorit masyarakat Indonesia dengan minat pembaca yang tinggi.

Indosport.com tidak melewatkan peluangnya dalam menggunakan media sosial sehingga media sosial digunakan seoptimal mungkin untuk membantu menyebarkan informasi agar dapat menarik minat baca berita di website. Namun tidak semua berita akan dibagikan ke sosial media, hanya berita yang sesuai kriteria redaktur yang akan diunggah.

Untuk sumber informasi yang digunakan Indosport.com yaitu melansir dari media internasional contohnya seperti, Diario AS (Spanyol) dan media-media lainnya. Selain itu sumber informasi Indosport.com juga didapat dari wawancara langsung dilapangan khusus untuk berita olahraga dalam negeri atau nasional oleh wartawan lapangan.

Untuk kegiatan wartawan yang bekerja dilapangan dalam meraih informasi, karyawan akan diberikan arahan oleh bagian koordinasi liputan yang akan memberikan tugas serta merumuskan agenda peliputan di lapangan sesuai dengan isu yang diangkat. Namun tidak hanya bagian koordinasi liputan saja yang memiliki wewenang dalam menugaskan wartawan lapangan, redaktur pelaksana juga memiliki wewenang untuk penugasan wartawan lapangan ke luar kota ataupun keluar negeri untuk meliput event besar olahraga seperti SEA Games, Piala AFF, atau Piala Asia.

Sistem kerja karyawan Indosport.com memiliki sistem yang membagi shift atau jadwal tugas yang terbagi menjadi 3 shift, yaitu shift 1 (Pagi): 07.00-16.00, (2) Shift 2 (Siang): 12.00-21.00, (3) Shift 3 (Malam): 21.00-06.00.

Pada proses penyajian berita di Indosport biasanya dimulai dari arahan yang

dilakukan redaktur atau editor mengenai isu-isu olahraga yang sedang hangat yang kemudian penulis akan bergerak mencari materi, baik dengan melansir dari media internasional maupun wawancara langsung di lapangan khusus untuk berita olahraga dalam negeri. Penulis mengirimkan berita melalui sistem yang kemudian disaring terlebih dahulu oleh editor sebelum tayang diwebsite Indosport.com.

Strategi yang dilakukan pada tahap pelaksanaan Indosport.com memiliki keselarasan dengan teori George R. Terry yang memandang bahwa proses pelaksanaan/*actuating* merupakan proses yang mendorong serta membangkitkan seluruh anggota untuk bekerja keras sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat dan usaha dari pengorganisasian agar mencapai tujuan (Sukarna, 2011: 82). Hal ini dapat dilihat dari rapat keredaksian yang memberikan dorongan dan arahan untuk keberlangsungan kegiatan keredaksian. Selain itu pada tahap pelaksanaan Indosport.com juga selaras dengan proses perencanaan yang dapat dilihat dari upaya Indosport.com dalam mengoptimalkan media sosial agar dapat mengikuti perkembangan zaman dalam era digital sehingga tidak tertinggal, melakukan referral backlink untuk meningkatkan traffic pengunjung dan melakukan peningkatan SEO.

Tahap Controlling (Pengawasan)

Pengawasan merupakan salah satu hal yang penting, sehingga Indosport.com pada tahap pengawasa melakukan beberapa cara untuk dilakukan demi keberlangsungan suatu industri media. Pada tahap pengawasan Indosport.com memiliki strategi yang disusun dalam upaya melancarkan kegiatan keredaksian.

Proyeksi dilakukan sebagai salah satu cara Indosport.com dalam mengontrol kegiatan keredaksian sehingga dapat memperhitungkan kegiatan yang dilakukan kedepannya. Hal ini juga dilakukan untuk mengontrol kesiapan berita yang akan disebarluaskan ke publik. Indosport.com juga melakukan pengawasan terhadap kegiatan keredaksian dengan melihat kesesuaian pekerjaan dari hasil *report* dengan proyeksi yang telah ditentukan sebelumnya dilihat. Jika ada hasil *report* yang tidak sesuai dengan proyeksi akan dilakukan evaluasi dengan melihat proyeksi apa yang tidak terlaksanakan yang kemudian mencari solusi. Kegiatan evaluasi ataupun proyeksi dapat dilakukan harian, mingguan, bahkan bulanan. Hal yang biasanya dibahas yaitu target proyeksi dan target *pageviews*.

Tahap pengawasan yang dilakukan oleh Pemimpin Redaksi Indosport.com yaitu dengan cara melakukan pengecekan target awal yang telah ditetapkan sebelumnya dari laporan yang diterima. Jika adanya ketidaksesuaian, pemimpin redaksi akan langsung menanyakan kepada redaktur pelaksana dan melakukan evaluasi serta mencari jalan keluar. Redaktur pelaksana akan selalu memberikan laporan kepada pemimpin redaksi mengenai keredaksian sehingga dapat meminimalisir kesalahan dan dapat secepat mungkin menyelesaikan masalah yang ada dengan solusi yang diambil. Redaktur pelaksana memiliki peran dalam memberikan laporan mengenai kegiatan keredaksian dari situasi sehingga masalah

yang ada di lapangan dengan melakukan briefing.

Tidak hanya melaporkan mengenai kegiatan serta situasi keredaksian Indosport.com, terkadang redaktur pelaksana juga memberikan saran yang sifatnya evaluasi. Namun pemimpin redaksi juga tidak hanya menerimanya, namun melihat kembali dari dua sisi mengenai hal yang bersangkutan dengan menganalisa situasi tersebut. Keputusan baru dapat dilakukan jika pemimpin redaksi sudah melakukan analisa terhadap situasi tersebut maka keputusan baru akan ditentukan. Terlebih jika ada masalah mengenai anggotanya.

Evaluasi pada data traffic juga dilakukan agar dapat memberikan gambaran mengenai pemberitaan apa yang selanjutnya akan memiliki peluang lebih agar dapat memiliki banyak pengunjung. Selain itu kegiatan evaluasi pada data traffic dapat memberikan gambaran serta prediksi mengenai berita-berita yang berpeluang menjadi trending topik.

Upaya Indosport.com dalam mengontrol kegiatan keredaksian agar dapat berjalan sesuai rencana yaitu dengan memberikan teguran atau sanksi sesuai dengan apa yang terjadi, namun sebelumnya akan melakukan komunikasi terlebih dahulu kepada pihak yang terkait. Jika adanya kelalaian dan kesalahan yang dilakukan karyawan yang menyebabkan pekerjaan menjadi terbelengkalai, Indosport.com akan melakukan teguran terlebih dahulu kepada karyawan yang bersangkutan dengan melakukan pendekatan persuasif karyawan sehingga menanyakan alasan dibaliknyanya kelalaian yang dilakukan. Namun jika setelah itu karyawan tersebut masih melakukan kesalahan yang sama dalam kurun waktu yang ditentukan maka akan diberikan SP (surat peringatan). Hal ini merupakan upaya yang dilakukan agar dapat mengontrol kegiatan keredaksian agar berjalan dengan lancar.

Strategi yang dilakukan pada tahap pelaksanaan Indosport.com memiliki keselarasan dengan teori George R. Terry yang memandang bahwa proses pengawasan merupakan bentuk proses dalam menentukan suatu hal mengenai apa yang harus dicapai, dengan menerapkan standar apa yang harus dilakukan, diantaranya yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, serta jika diperlukan lakukan perbaikan sehingga pada proses pelaksanaan dapat selaras dan juga sesuai dengan strategi atau rencana (Sukarna, 2011: 110). Keselarasan ini dapat dilihat dari rapat keredaksian yang membahas hasil report dengan membandingkannya pada proyeksi yang telah ditentukan sebelumnya. Indosport.com mengontrol kegiatan keredaksian dengan melakukan perbandingan sehingga mengetahui apakah kegiatan dalam keredaksian di Indosport.com telah sesuai dengan proyeksi. Selain itu Indosport.com juga akan melakukan evaluasi jika adanya target yang tidak sesuai dengan melakukan rapat keredaksian untuk mencari solusi bersama mengenai proyeksi apa yang tidak sesuai.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari analisis pada pembahasan, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

Indosport.com sebagai media *online* olahraga telah menerapkan strategi dengan baik dalam mengatur sistem keredaksian ditengah persaingan Industri media dalam era digital. Hal ini dapat dilihat dari proses planning (pelaksanaan), organizing (pengorganisasian), actuating (pelaksanaan), controlling (pengawasan) yang telah dibentuk sedemikian rupa oleh Indosport.com sesuai dengan teori George R. Terry. Hal ini dapat dilihat dari pemaparan dari pembahasan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya selain itu strategi yang telah ditetapkan oleh Indosport.com sejauh ini berjalan dengan lancar.

Berdasarkan hasil penelitian ini, adapun saran peneliti kepada pihak tertentu yang diharapkan bisa menjadi masukan dan bermanfaat untuk kedepannya, yaitu (1) Peneliti berikutnya: Pada proses penelitian membutuhkan yang wawancara dengan media atau instansi manapun, lebih baik menyiapkan izin diawal pada media atau instansi yang bersangkutan. Selain itu harus memahami betul bentuk penelitiannya agar dapat dengan mudah dalam proses pengerjaannya serta gunakan waktu seefisien mungkin, (2) Media Bersangkutan: lebih diperbanyak lagi dalam melakukan interaksi di media sosial agar pembaca merasa lebih dekat, (3) Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Bandung: Setelah melakukan penelitian ini, diketahui bahwa wartawan di era digital harus memiliki banyak skill sehingga dapat beradaptasi dengan pembaharuan dalam menyampaikan informasi. Saran peneliti untuk program studi Ilmu Komunikasi UIN Bandung, yaitu untuk lebih banyak menerapkan praktek yang berhubungan dengan proses produksi konten sehingga mahasiswa dapat memiliki pemahaman serta pengalaman yang cukup untuk terjun ke dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R. (2016). Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*. Vol. 01 No. 1
- Anggito, A dan Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak
- Faturochman, I. (2018). *Strategi Manajemen Surat Kabar Harian Umum Radar Tasikmalaya dalam Persaingan Dengan Media Online*. Skripsi, Universitas Sunan Gunung Djati Bandung.
- Gumilang, D. (2018). *Manajemen Strategik Redaksi Media Online Ayobandung.com Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media*. Skripsi, Universitas Sunan Gunung Djati Bandung.
- Hamdani, dkk. (2021). *Meningkatkan Kesadaran Merek Melalui Situs Web dan Campaign Search Engine Optimization*.
- Hermawanto, A dan Angraini, M. (2020). *Globalisasi, Revolusi Digital dan Lokalitas: Dinamika Internasional dan Domestik Di Era Digital*. Yogyakarta: LPPM Press.
- Indosport.com. [Online]: diakses 31 Mei 2022
<https://www.indosport.com/tentang-kami>
- Indriastuti, I dan Nawangsari, N.A.F. (2014). Perbedaan Cinta (Intimacy, Passion, Commitment) Ditinjau dari Lamanya Usia Perkawinan pada Istri yang Bekerja. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*. Vol. 3.
- Julyanti, L. (2021). *Manajemen Redaksional Media Lokal di Era Disrupsi (Studi Deskriptif pada Majalah Mangle)*. Skripsi, Universitas Sunan Gunung Djati Bandung.
- KBBI Media. <https://kbbi.web.id/media> [Online] diakses 8 Mei 2022
- KBBI Redaksi: <https://kbbi.web.id/redaksi> [Online] diakses 8 Mei 2022
- Kuswandi, W. (2021). Efektivitas Aplikasi Zoom. *Jurnal Comm-Edu*. Vol. 4
- Mubarok, N. Q. (2019). Pendekatan Persuasif Humas Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di MAN Bondowoso). *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*. Vol. 6
- Nia, C.G.M. (2021). *Strategi Redaksi Surat Kabar Pikiran Rakyat Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital*. Skripsi, Universitas Sunan Gunung Djati Bandung.
- Putra S.O.D, dkk. (2020). *Strategi Komunikasi Harian Umum OKU Ekspres dalam Meningkatkan Minat Baca Pada Media Online* www.oke.co.id. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, Vol. 1
- Ritonga, Z. 2020. *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Romli, A.S.M. (2018). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nusa Cendekia.
- Sanjaya, S. (2017). Analisis DU Pont System Dalam Mengukur Kinerja Keuangan PT. Taspen (PERSERO). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. Vol. 17
- Santosa, H dan Rahmawati, D. (2018). *Proyeksi Siswa Di Kecamatan*

- Sukamakmur Kabupaten Bogor. *Jurnal Improvement*. Vol. 5
- Sirojudin. (2021). Analisis Pertumbuhan Keuangan Syariah Di Era Digitalisasi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, Vol. 01.
- Sukarna. (2011). *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sumadiria, H. (2017). *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Taufik, T. (2020). *Dakwah Era Digital: Sejarah, Metode dan Perkembangan*. Kuningan: Pustaka Al-Ikhlash.
- Website Dewan Pers. [Online]: diakses 31 Mei 2022
<https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>
- Wibawa, D. (2020). Wartawan dan Netralitas Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Jurnalistik*. Vol. 4 No.2.
- Widiawati, O. (2019). Rebranding Sistem Redaksi Scarf Media Menjadi Media Digital. Skripsi, Universitas Sunan Gunung Djati Bandung.

