



Strategi Manajemen Konvergensi Media Pada Redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi

Elza Nur Aziza¹, Betty Tresnawati¹, Encep Dulwahab¹

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : azizaelza58@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaturan platform media penyebaran berita dan penanganan proses produksi konten berita pada redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menggunakan teori konvergensi media oleh Henry Jenkins yang mendeskripsikan konvergensi media telah melakukan perubahan mendalam pada perusahaan media. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan pertama, pengaturan platform media penyebaran berita yang digunakan oleh *Newsroom* bersifat konvergensi media dengan menggunakan platform media penyebaran beritanya yang beragam. Kedua, penanganan proses produksi konten berita di *Newsroom* ditentukan dari rapat proyeksi untuk menganalisis topik liputan yang akan diolah menjadi konten berita sebelum disebarluaskan.

Kata Kunci : *Strategi Manajemen; Konvergensi Media; Redaksi Newsroom*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the management of news distribution media platforms and the handling of the news content production process in the editorial office of the Diskominfoantik Newsroom in Bekasi District. This study uses the theory of media convergence by Henry Jenkins which describes media convergence as having made profound changes to media companies. The method used is descriptive qualitative. The results of the study show that. Firstly, the setting of the news dissemination media platform used by the Newsroom is media convergence by using a variety of news dissemination media platforms. Secondly, the handling of the news content production process in the Newsroom is determined from projection meetings to analyze the coverage topics that will be processed into news content prior to dissemination.

Keywords: *Management Strategy; Media Convergence; Newsroom Editorial*

PENDAHULUAN

Jati Wasisto (dalam Widayanti, 2013:4), mendeskripsikan era globalisasi saat ini menjadi peluang berkembangnya teknologi komunikasi oleh teknologi internet beserta platform yang telah berevolusi untuk membantu kehidupan dan budaya manusia. Teknologi memberikan kemudahan terhadap media berita lebih baru berbasis internet sehingga dapat bersifat satu arah yang dikenal dengan istilah media baru (*new media*). Pemanfaatan teknologi internet juga banyak digunakan untuk mengakses berita, publik membutuhkan informasi untuk mengetahui kondisi apa, sedang terjadi apa, dan sedang dalam tren apa. Penyebaran berita saat ini sangat cepat dan tersebar secara luas, dalam hitungan jam pun orang dapat mengetahui perkembangan informasi terkini dengan adanya teknologi internet. Masyarakat yang semula memperoleh informasi dari media cetak kini mempunyai alternatif yang lebih praktis dapat diakses dimana saja, dan kapan saja untuk memperoleh informasi dari adanya internet.

Kemajuan dari adanya teknologi internet memaksa industri media harus terus mengikuti perkembangan zaman dengan berbagai macam pembaharuan dan inovasi terhadap konten media beritanya. Konten media yang awalnya terpisah seperti teks, foto, video, gambar, animasi, ilustrasi dan infografis kini bisa disatukan hanya menggunakan satu platform saja tanpa terbatas penggunaan waktu dan tempat sehingga lebih efisien. Fenomena penggabungan konten media yang dapat diakses dengan satu platform sekaligus, dikenal dengan istilah konvergensi media. Dengan adanya konvergensi media khalayak pembaca menjadi lebih aktif dalam memperoleh informasi, seperti kemudahan akses informasi yang bisa dilakukan dengan hanya menggunakan *smartphone*.

Era konvergensi media saat ini menyebabkan terjadinya kemudahan akses informasi, khususnya bagi masyarakat di Kabupaten Bekasi. Namun kemudahan dalam mengakses informasi menyebabkan masyarakat tidak teliti dan mengabaikan sumber beritanya, apakah informasi berita yang didapatnya itu benar atau tidak. Oleh karena itu, manajemen redaksi *Newsroom* Diskominfosantik Kabupaten Bekasi mengadopsi konsep konvergensi media untuk mengimbangi kemudahan akses informasi yang berkembang pesat di masyarakat. Sehingga masyarakat di wilayah Kabupaten Bekasi bisa mendapatkan berita dan informasi yang berkualitas, akurat, terpercaya, dan juga terjamin kredibilitasnya. Hal ini juga sebagai upaya untuk menangkal beredarnya berita-berita hoaks yang mendiskreditkan pemerintah, baik pusat maupun daerah.

Konsep konvergensi media yang diadopsi oleh *Newsroom* Diskominfosantik Kabupaten Bekasi mempunyai ciri khas yang unik dan menarik, sekaligus menjadi terobosan baru dalam ranah instansi pemerintah yang melek akan tren industri media digital saat ini. Selain itu, *Newsroom* juga

diwajibkan untuk memberikan informasi yang baik, benar, aktual dan juga menarik, sehingga khalayak pembaca tidak tergiring oleh informasi hoaks demi menjaga kekaduahan di masyarakat. Dari adanya konvergensi media ini, publik bisa mendapat tampilan informasi berita yang lebih menarik, *fresh*, serta *up to date*.

Pemanfaatan konsep konvergensi media yang diadopsi oleh *Newsroom* merupakan salah satu upaya dalam bidang kerja jurnalistik dan penyebarluasan informasi. Untuk menunjang hal tersebut maka dibuatlah Perbup (Peraturan Bupati) No. 128 Tahun 2020 tentang penyelenggaraan *Newsroom* di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bekasi yang diundang-undangkan pada, tanggal 29 Desember 2020. Ruang Redaksi (*Newsroom*) adalah sarana dan prasarana yang merupakan bagian dari fungsi pada perangkat daerah terkait dengan perencanaan, pengolahan, dan persebarluasan berita dan informasi. Dalam prosesnya sebelum disahkan menjadi Perda yang ditandatangani oleh Bupati, kurang lebih memakan waktu satu tahun. Penyelenggaraan *Newsroom* di lingkungan pemerintah Kabupaten Bekasi berada di bawah naungan Dinas Komunikasi Informasi Persandian dan Statistik (Diskominfoantik).

Penelitian sebelumnya berkontribusi sebagai acuan serta bahan perbandingan dalam menentukan pokok penelitian. Pertama, penelitian yang dilakukan Dosen Universitas Serang Raya Banten), Media Suchya (2017), *Manajemen Media Digital*. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini fokus membahas mengenai strategi yang digunakan Tempo Media Group dalam memasuki industri digital. Hasil penelitiannya menunjukkan, Tempo Media Group yang sejak berdiri menjalankan bisnis media cetak, kini melakukan perubahan secara menyeluruh pada organisasi medianya dalam mengimbangi tren industri media digital dengan melakukan konvergensi media.

Kedua, penelitian Titik Wahyuningsih, Abraham Zakky Zulhazmi (2020), *Jurnalisme Era Baru (Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media)*, IAIN Surakarta. Metode yang digunakannya adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan dalam menghadapi persaingan media, Radar Jogja mentransformasikan bisnisnya dengan melakukan konvergensi media.

Ketiga, penelitian oleh Ahsani Taqvim Aminuddin dan Nurul Hasfi (2020), *Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos*, Universitas Diponegoro. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus instrumental tunggal. Hasil penelitian menunjukkan, konvergensi media yang diadopsi Jateng Pos terdapat dalam empat tipe yang saling terintegrasi diantaranya: Pertama, konvergensi teknologi dengan pemanfaatan media sosial. Kedua, konvergensi konten yang menggabungkan teks, foto dan video ke dalam satu berita. Ketiga, konvergensi bisnis, dengan pemanfaatan

internet bisa menarik pengiklan yang dapat dijangkau seluruh Indonesia. Keempat, dan juga mempersiapkan kualitas sumber daya manusia (SDM) agar mampu memproduksi beragam konten yang disesuaikan dengan platform medianya.

Berdasarkan bahasan pokok fokus penelitian, peneliti mempunyai tujuan diantaranya: Pertama, untuk mengetahui pengaturan platform media penyebaran berita pada manajemen redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi. Kedua, untuk mengetahui penanganan proses produksi konten berita pada manajemen redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu memaparkan fenomena yang terjadi dilapangan, dengan pendekatan penelitian kualitatif yang berusaha menjelaskan kedalaman kualitas data yang mengungkapkan proses maknanya. Dalam penelitian ini pendekatan penelitian kualitatif lebih menjelaskan, bagaimana penulis mendeskripsikan kedalaman kualitas data yang didapat dari *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi berupa kata-kata yang mengungkapkan proses maknanya di lapangan.

Penelitian ini bertempat di Gedung Diskominfoantik Komplek Pemerintahan Kabupaten Bekasi, Desa Sukamahi, Kecamatan Cikarang Pusat, kode pos 17530. Peneliti akan memperoleh data melalui hasil wawancara secara mendalam dengan empat orang informan kunci yang terdiri dari: pemimpin redaksi, redaktur, redaktur pelaksana dan koordinator liputan yang berada di *Newsroom*.

LANDASAN TEORITIS

Menurut Onong Uhana Effendy (2013) dalam bukunya yang berjudul *Dimensi-Dimensi Komunikasi* menjelaskan strategi komunikasi merupakan, proses penggabungan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan organisasi bisa tercapai apabila menunjukkan efektifitas strategi yang digunakan, baik itu secara taktis maupun perbedaan waktu dari situasi dan kondisi (Effendy, 2013:32).

Perumusan strategi juga memberikan kontribusi besar terhadap target manajemen pemasaran yang jelas. Manajemen media massa yang diperkenalkan oleh George R. Terry dalam bukunya yang berjudul *Principles of Management* (dalam Sukarna, 2011:10), menjelaskan manajemen mengatur pengawasan serta pengarahan dari perencanaan yang telah di rancang. George R Terry (dalam Sukarna, 2011:5) merumuskan empat dasar fungsi manajemen yakni, *planning* (perencanaan), *organizing* (pengelolaan), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan) yang disingkat menjadi POAC.

Media digambarkan seperti makhluk hidup, jika tidak bisa bersaing dan mempertahankan hidupnya media akan mati. Teori-teori manajemen inilah yang nantinya berperan agar media dapat melaksanakan fungsi dari POAC, perencanaan, pengelolaan, pelaksanaan dan pengawasan dengan baik agar mampu bertahan. Tanpa adanya manajemen dalam suatu perusahaan atau lembaga, maka bisa dipastikan media tersebut tidak bisa bertahan dalam jangka panjang.

Manajemen media dan redaksi saling berkaitan satu sama lain, dan sudah menjadi satu kesatuan utuh dalam proses atau cara kerja di industri media. Redaksi adalah salah satu bidang yang berada pada perusahaan media massa (cetak, elektronik, ataupun online) yang berfungsi sebagai divisi yang menilai layak atau tidaknya berita atau peristiwa yang akan diterbitkan bergantung kepada keputusan bidang redaksi (Pramesti, 2019).

Penelitian ini menggunakan teori konvergensi media yang diperkenalkan oleh Henry Jenkins (2006), *Professor Anneberg School of Communication University of California* menjelaskan konvergensi media merupakan pengintegrasian media massa berupa konten media, khalayak dan industri telekomunikasi ke dalam bentuk media digital dalam satu grup perusahaan. Konvergensi media telah melakukan perubahan mendalam pada perusahaan media, karena informasi yang semula didapat secara terpisah kini telah digabungkan sepenuhnya. Konvergensi media dimaknai sebagai proses perkembangan media massa dengan kemajuan teknologi yang membuat jangkauan informasi berita yang dipublikasikan menjadi lebih luas, karena dilengkapi dengan berbagai fitur teknologi yang bisa diakses secara digital kapan saja dan dimana saja tanpa adanya keterbatasan waktu dan tempat.

Konvergensi media juga memberikan tuntutan kepada para pemilik media harus mampu berdaya saing dan menjawab tren industri media digital dengan mentransformasikan bisnisnya melalui berbagai macam strategi konvergensi. Bentuk dari konvergensi media tersebut disesuaikan dengan minat dan kebutuhan khalayak pembaca, dengan banyaknya fitur baru tentunya akan menambah nilai dan daya tarik terhadap produk konvergensinya. Selain memberikan sentuhan yang menarik, penambahan berbagai fitur baru pada platform penyebaran beritanya pun akan memudahkan tim marketing untuk melihat potensi pasar. Hal ini membuat konvergensi media tidak hanya dinilai sebagai proses pergeseran teknologi, tetapi telah mengubah industri pasar yang sudah ada dengan adanya hubungan teknologi komunikasi yang terintegrasi menjadi sistem tunggal, dan ada juga penikmat kontennya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertempat di gedung Diskominfoantik, Desa Sukamahi, Kecamatan Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi, dengan kode pos 17530. Peneliti melakukan penelitian terhadap manajemen redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi, yang memiliki landasan hukum dibentuk berdasarkan Peraturan Bupati Bekasi (Perbub) Nomor 128 Tahun 2020 pada tanggal 29 Desember 2020. Penulis memilih *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi sebagai subjek penelitian saat ini, karena dianggap sebagai instansi yang memiliki pengalaman, kenyataan dan teknologi yang lebih mendukung dalam melakukan liputan dan publikasi berita.

Peneliti melakukan pengambilan data di lapangan dengan menggunakan teknik observasi melalui hasil pengamatan, analisis, membuat catatan dan menarik kesimpulan. Selain itu, peneliti juga melakukan teknik wawancara secara mendalam dengan metode tanya jawab untuk menggali informasi dan data secara mendalam dengan empat anggota inti *Newsroom*. Pertama, wawancara dilakukan dengan pemimpin redaksi *Newsroom*, Tata Jaelani untuk menggali informasi seputar manajemen dan keredaksiannya. Kedua wawancara dilakukan dengan redaktur pelaksana, Yus Ismail yang memaparkan informasi mengenai pengaturan-pengaturan berita yang berada di *Newsroom*. Ketiga, wawancara dilakukan bersama, Andi Imanudin selaku redaktur untuk mendapatkan sumber informasi berupa proses produksi konten berita dan platform penyebarannya. Dan keempat, wawancara dilakukan dengan koordinator liputan, Dani Ibrahim yang menjelaskan cara kerja wartawan dalam memperoleh berita dari mulai proses liputan di lapangan sampai nantinya akan masuk dan diolah oleh dapur redaksi.

Adapun hasil dari penelitian ini membahas tentang konvergensi media pada yang dilakukan pada manajemen redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi. Dalam penelitian ini terdapat dua pembahasan yang menjadi fokus penelitian. Pertama, pengaturan platform media penyebaran berita pada manajemen redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi, dan Kedua, penanganan proses produksi konten berita pada manajemen redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi. Berikut hasil adalah hasil dari pembahasan yang merujuk pada fokus penelitian:

Pengaturan platform media penyebaran berita pada manajemen redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi

Konvergensi media merupakan hal baru dalam ranah jurnalistik, banyak media-media di Indonesia yang menggunakan konsep konvergensi media dalam penyebaran informasi beritanya, salah satunya adalah *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi. Konvergensi media yang diperkenalkan

oleh Henry Jenkins (2006) menjelaskan, proses perkembangan media massa dengan kemajuan teknologi yang membuat jangkauan informasi berita yang dipublikasikan menjadi lebih luas, karena dilengkapi dengan berbagai fitur teknologi yang bisa diakses secara digital kapan saja dan dimana saja tanpa adanya keterbatasan waktu dan tempat. Konsep konvergensi media yang diadopsi oleh *Newsroom* menjadikan platform penyebaran media di *Newsroom* menjadi sangat beragam dan bersifat ekonomis.

Hal ini diungkapkan oleh Pemimpin Redaksi *Newsroom*, Tata Jaelani. Dengan mengadopsi sistem konvergensi media ke dalam pengaturan platform medianya, membuat SDM yang berada di *Newsroom* menjadi lebih ekonomis dan membuat para wartawan lebih siap beradaptasi dan menjawab tuntutan zaman. Hal ini juga memberikan dampak yang positif, sehingga wartawan tidak terpaku kepada satu jenis keahlian saja, tetapi juga bisa menguasai bidang-bidang lain.

Selain itu konten media berita dalam bentuk tulis, audio dan video yang biasanya dibuat oleh seorang wartawan yang mumpuni di bidangnya masing-masing, dengan adanya konvergensi media seorang wartawan dituntut harus serba bisa. Era konvergensi media membuat seorang wartawan dituntut untuk multitasking dalam proses pencarian beritanya. Konten media yang disuguhkan dalam bentuk multimedia, seperti penggabungan teks, foto, audio dan video dimaknai sebagai bentuk dari konvergensi konten (Dulwahab, 2010: 10).

Terdapat beberapa platform penyebaran berita yang digunakan oleh redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi. Diantaranya, videotron yang bisa menampilkan informasi singkat disertai dengan grafis, untuk videotron yang berukuran besar terdapat di dua tempat, yang pertama berada di pusat perbelanjaan Sentra Grosir Cikarang (SGC) dan yang kedua berada di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Sehati. Sedangkan videotron lain terdapat di beberapa gedung dinas-dinas yang ada di wilayah lingkungan Pemda Kabupaten Bekasi. Selain itu, terdapat informasi berita yang dibagikan secara tekstual melalui media online website bekasikab.go.id, dan tekstual secara konvensional yaitu majalah. Serta dengan pemanfaatan beberapa fitur yang ada di media sosial seperti Youtube, Instagram, Twitter, Facebook dan saling kirim melalui grup Whatsapp serta masih banyak platform lainnya.

Transisi masyarakat Indonesia dari era konvensional menuju masyarakat era digital tumbuh bersamaan dengan pesatnya perkembangan informasi yang diadopsi dari teknologi komunikasi masa kini. Internet membuat masyarakat era digital cenderung mencari informasi yang dapat diakses secara online. (Dulwahab, 2010: 13). Pemanfaatan teknologi komunikasi ini dilihat dengan baik oleh *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi. Seperti yang dijelaskan oleh Dulwahab, internet membuat masyarakat yang berada di Kabupaten Bekasi pada

era digital saat ini lebih aktif dalam mencari informasi. Salah satu media penyebaran informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat modern hari ini adalah penggunaan videotron yang tersebar di beberapa ruang publik yang dinilai cukup efektif dalam membantu menyebarkan informasi berita di lingkungan Kabupaten Bekasi kepada masyarakat. Pesan yang ditayangkan dalam bentuk tulisan dan video singkat yang dikemas dengan infografis menjadi hal menarik dan mudah diterima oleh khalayak pembacanya serta informasi berita mengenai Kabupaten Bekasi bisa tersampaikan kepada masyarakat secara utuh, dan juga produk-produk jurnalistik yang dibagikan bisa dipertanggungjawabkan.

Selain penggunaan videotron, terdapat beberapa platform penyebaran informasi berita yang dimiliki oleh Pemkab Bekasi, hal ini merupakan salah satu strategi komunikasi yang digunakan oleh *Newsroom* agar informasi berita yang disampaikan kepada khalayak pembacanya bisa dengan mudah diterima. Menurut Onong Uhana Effendy (2013), strategi komunikasi merupakan penggabungan dan perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai efektifitas strategi yang digunakan, salah satunya dengan memanfaatkan platform berita yang paling sering diakses oleh masyarakat, yaitu website online milik Pemkab Bekasi www.bekasikab.go.id. Sebagai arus informasi utama dan sumber rujukan resmi seputar informasi yang berada di Kabupaten Bekasi, website tersebut juga dilengkapi dengan beberapa fitur yang memudahkan masyarakat. Diantaranya, akses informasi berita, akses pelayanan publik dan akses aspirasi masyarakat. *Newsroom* terus mengoptimalkan penggunaan website mulai dari tampilan desain, kelancaran akses informasi dengan meminimalisir *bug* yang akan membuat website menjadi lemot, dan juga penambahan berbagai fitur baru yang inovatif.

Berita-berita online yang dimuat di website bekasikab.go.id banyak dibagikan melalui grup Whatsapp, hal ini merupakan salah satu indikator dari banyaknya *viewers*, karena nantinya link berita akan disebar dari satu orang ke orang lain dan bisa dengan mudah diakses oleh siapa saja hanya dengan satu kali klik. Berbeda dengan berita yang bersifat video, beberapa masyarakat akan mengklik atau menonton video berita jika mereka juga ada di dalam video liputan tersebut. Bagi masyarakat yang suka dengan informasi berita dalam bentuk tulisan *Newsroom* menyediakan website bekasikab.go.id, bagi masyarakat yang ingin membaca berita dengan tampilan menarik, *Newsroom* menyediakan berita yang dikemas dalam bentuk infografis yang dibagikan melalui media sosial. Dalam dunia jurnalistik, infografis diandalkan sebagai salah satu elemen visual yang digunakan dalam menyajikan sebuah berita. Video tron merupakan salah satu produk konvergensi media berupa pesan yang dikemas dengan infografis yang berusaha mengkonstruksi kaidah estetika dalam sebuah media. Menurut Wibawa, infografis yang ditampilkan pada videotron berguna untuk

mempermudah media dalam menyampaikan pesan lebih efisien dan lebih menarik kepada publik (Wibawa, 2021: 16).

Penggunaan platform media penyebaran informasi berita seperti videotron, website bekasikab.go.id dan pemanfaatan media sosial yang bisa diakses dengan mudah secara online oleh masyarakat sampai ke pelosok daerah. Media sosial mejadi salah satu platform penyebaran berita yang penting dengan zaman yang serba digital saat ini. Jati Wasisto dalam (Widiyanti, 2013:4) menjelaskan, era globalisasi saat ini menjadi peluang berkembangnya teknologi komunikasi oleh teknologi internet beserta platform yang telah berevolusi untuk membantu kehidupan dan budaya manusia. Dengan adanya konvergensi media produk-produk jurnalistik hari ini telah mengubah budaya manusia yang dulu dilakukan secara konvensional, kini bisa dinikmati secara praktis hanya menggunakan *handphone* saja dan menjadi sangat beragam. *Newsroom* memilih menggunakan platform-platform tersebut dengan alasan sederhana, yang terpenting informasi berita mengenai Kabupaten Bekasi bisa tersampaikan kepada masyarakat secara utuh, dan juga produk-produk jurnalistik yang dibagikan bisa dipertanggungjawabkan.

Platform-platform penyebaran informasi berita tersebut pun disesuaikan dengan kebutuhan dan minat khalayak pembacanya, bagi masyarakat yang suka dengan informasi berita dalam bentuk tulisan *Newsroom* menyediakan website bekasikab.go.id, bagi masyarakat yang ingin membaca berita dengan tampilan menarik, *Newsroom* menyediakan berita yang dikemas dalam bentuk grafis yang dibagikan melalui media sosial. Selain itu, bagi masyarakat yang ingin mendengarkan berita *Newsroom* menyediakan radio streaming dan bagi masyarakat yang ingin mendengarkan berita dalam bentuk audio visual, *Newsroom* juga menyediakan televisi lokal TV Wibawamukti, yang bisa ditonton oleh masyarakat di Kabupaten Bekasi. Banyaknya platform-platform penyebaran berita ini, turut memudahkan produk-produk konvergensi untuk bisa diakses dan disebarluaskan oleh khalayak pembacanya.

“Karena kalau dahulu dengan HP kita mau mengakses informasi itu terbatas, produk konvergensi tidak bisa dinikmati, kalau sekarang sudah bisa oleh semua orang. Sehingga platformnya yang banyak bisa dinikmati banyak juga. Karena mungkin orang males baca tulisan saja pengen ada gambarnya, jadi tulisannya kita kasih grafis. Ada juga yang mau ngedengerin berita sambil tidur kita kasih beritanya berupa audio, atau ada yang ingin lebih detail gambar, video dan audio jadi kita kasih beritanya yang berupa audio visual. Jadi dengan platform sosmed yang begitu mudah, begitu banyak memudahkan berita-berita yang di share dari *Newsroom* berupa konvergensi,” (Wawancara Tata Jaelani Pemimpin

Menurut Tata, kecanggihan internet saat ini membuat siapa saja dapat menikmati produk konvergensi media dengan mudah tanpa adanya akses yang terbatas. *Newsroom* menyediakan beragam platform penyebaran informasi berita yang dapat diakses oleh masyarakat umum sesuai dengan preferensi dan kenyamanannya masing-masing, kemudahan akses ini juga turut membuat konten-konten berita yang dipublikasikan semakin mudah untuk disebarluaskan. Dalam mempublikasikan konten-konten beritanya, *Newsroom* harus menentukan target pasar yang jelas, sebagaimana yang dijelaskan oleh George R Terry dalam (Sukarna, 2011:5) dalam menentukan target pasarnya, perusahaan harus merumuskan empat dasar fungsi manajemen yakni, *planning* (perencanaan), *organizing* (pengelolaan), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan) yang disingkat menjadi POAC.

Pertama, *Planning* (perencanaan) yang dilakukan ialah dengan membuat headline berita, cover dan rencana liputan. Kedua, *organizing* (pengelolaan) dilakukan untuk menentukan rapat redaksi antara pemimpin redaksi dengan anggotanya yang ditempatkan sesuai dengan keterampilan, dan juga pengintegrasian dari wewenang atasan ke bawahan. Ketiga, *Actuating* (penggambaran) kebijakan yang diambil seperti pengiriman berita, kategori berita, edisi berita, pengaturan tata letak dan publikasi. Keempat, *Controlling* (pemantauan) dari kebijakan organisasi dan hasil yang diperoleh untuk melakukan proses pengeditan, pelaporan, dan evaluasi. Dalam tahap ini pemantauan di *Newsroom* disebut dengan proses budgeting, yang didapat dari laporan masing-masing wartawan tentang progres, kesulitan, dan kendala di lapangan ketika melakukan peliputan yang disampaikan kepada koordinator liputan.

Di samping menggunakan media online sebagai wadah untuk publikasi berita, *Newsroom* juga menjalin kerjasama dengan beberapa media lokal, regional dan nasional. Proses kerjasamanya disebut dengan anggaran media, disini perusahaan yang menjalin kerjasama akan mendistribusikan, mendesiminasi, dan menyebarluaskan informasi pembangunan di Kabupaten Bekasi yang sumber informasi dan beritanya itu didapat dari redaksi *Newsroom*. Redaksi adalah salah satu bidang yang berada pada perusahaan media massa (cetak, elektronik, ataupun online) yang berfungsi sebagai divisi yang menilai layak atau tidaknya berita atau peristiwa yang akan diterbitkan bergantung kepada keputusan bidang redaksi (Pramesti, 2019). Redaksi *Newsroom* nantinya akan mengolah sumber informasi menjadi berita yang sudah utuh, lengkap dengan foto dan video. Kemudian berita tersebut akan dibagikan kepada media-media lokal, nasional dan regional yang sudah menjalin MOU dengan Diskominfosantik Kab. Bekasi. Kerjasama tersebut dinamakan dengan satuan biaya berita yang dihargakan

kepada media-media yang akan menjalin kerjasama. Hal ini dijelaskan oleh Pemimpin Redaksi *Newsroom* Tata Jaelani,

“Kita siapain fotonya, videonya, alatnya dan kita share ke media-media nasional, lokal, regional. Dan mereka ada MOU dengan dinas, dan itu ada namanya satuan biaya berita yang kita kasih ke mereka itu dihargakan, dan nanti ada kontrak selama setahun atau tiga bulan atau enam bulan” (Wawancara Tata Jaelani Pemimpin Redaksi *Newsroom* 19 April 2022).

Menurut Tata, media-media ini nantinya akan menekan kontrak sesuai dengan budget dan waktu yang diajukan. Setelah proses administrasi dinyatakan lolos, disini redaksi *Newsroom* akan memberikan produk-produk jurnalistik yang nantinya akan dipublikasikan di media mereka, selanjutnya akan dibuatkan eviden (bukti tayang). *Newsroom* juga tidak semata-mata menerima dengan mudah untuk menjalin kerjasama yang diajukan oleh berbagai media, *Newsroom* tetap memiliki acuan sop penerbitan berita dan standar penilaian, baik dari segi administrasi, legalitas, landasan hukum dan lain sebagainya. Ketika semua persyaratan sudah memenuhi barulah bisa membuat kesepakatan dan menjalin kerjasama.

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan *Newsroom* sebagai media informasi lembaga pemerintah yang juga mengadopsi konsep konvergensi ke dalam manajemen keredaksiannya, terus berupaya menghasilkan konten-konten yang beragam, inovatif dan juga mudah diterima oleh masyarakat di Kabupaten Bekasi. Konvergensi media juga membuat informasi yang beredar dimasyarakat bisa dengan mudah diakses, oleh karena itu platform yang digunakan sebagai sarana penyebaran informasi bertujuan untuk mengimbangi kebutuhan informasi seputar pembangunan di Kabupaten Bekasi, agar informasi yang ingin disampaikan oleh Pemda bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Selain itu, konvergensi media juga menyebabkan beberapa tuntutan yang harus dipenuhi oleh para wartawan yang berada di *Newsroom*. Wartawan di era konvergensi media harus mempunyai kemampuan ekstra sebelum melakukan proses peliputan di lapangan, agar tidak kewalahan dan juga bisa bersaing dengan wartawan-wartawan di media lain.

Penanganan Proses Produksi Konten Berita pada Redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi

Secara teknis dan prinsip, proses produksi konten berita yang terjadi di redaksi *Newsroom* itu sama saja dengan media lain pada umumnya. Namun perbedaan yang cukup signifikan bisa terlihat dari fokus dan topik pemberitaan yang diupilih. Morissan (2009) menjelaskan, *Newsroom* merupakan ruang redaksi yang digunakan untuk mempublikasikan atau menyiarkan berita. *Newsroom* terdiri dari karyawan yang berperan untuk memperoleh informasi dan menyusun berita. *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi adalah ruang redaksi yang berada di bawah naungan Diskominfo yang termasuk ke dalam media lembaga pemerintah, oleh karena itu fokus pemberitaannya menyiarkan berita seputar aktivitas dan kegiatan pemerintah di lingkungan Kabupaten Bekasi.

Alur proses produksi konten berita yang pertama ditentukan dari rapat redaksi yang dinamakan dengan rapat proyeksi, merupakan parameter dari berjalannya liputan di *Newsroom*. Dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Indonesia*, Haris Sumadiria mengungkapkan proses pembuatan berita melalui beberapa proses yang dikenal sebagai *making news*, yang berarti berita dapat dibuat melalui rapat redaksi untuk melihat untuk melihat secara potensial dan aktual mengenai sumber berita terkait waktu, tempat, benda, nama dan orang (Sumadiria, 2014: 93).

Rapat proyeksi ini dilakukan untuk menganalisis topik-topik yang akan dijadikan bahan untuk melakukan peliputan selama satu minggu ke depan, selain dari kegiatan rutin bupati Bekasi. Dalam rapat ini juga melibatkan partisipasi dari anggota untuk mengusulkan berbagai macam ide kreatif. Keputusan dari hasil rapat akan dibuat menjadi *schedule* liputan selama satu minggu, selanjutnya akan disampaikan kepada koordinator liputan untuk mengatur jadwal liputan para wartawan di *Newsroom*. Hal ini disampaikan oleh Koordinator Liputan *Newsroom*, Dani Ibrahim. Menurut Dani, setelah *schedule* didelegasikan selanjutnya koordinator lapangan yang akan menentukan pembagian jobdes liputan kepada setiap wartawan yang berada di *Newsroom*. Dalam menentukan konten pemberitaan, koordinator liputan harus terlebih dahulu membaca dan memahami kultur yang ada di setiap wilayah agar nantinya wartawan tidak kesulitan dalam mencari data. Setelah proses peliputan selesai barulah masuk ke tahap budgeting hasil dari kegiatan liputan, dan jika di lapangan terdapat kendala atau kesulitan maka laporan tersebut akan ditampung oleh koordinator liputan, yang nantinya akan disampaikan kepada redaktur pelaksana dan Pemred untuk dibahas pada rapat proyeksi.

Konten berita yang sudah selesai dibuat oleh wartawan akan dikirimkan kepada redaktur untuk diseleksi, ditambahkan, atau dikurangi dan juga serahkan kepada pemimpin redaksi untuk menerima persetujuan layak atau tidaknya berita yang sudah dibuat untuk ditayangkan kepada publik. Jika sudah disetujui oleh Pemred, barulah berita akan disebarluaskan ke berbagai platform media penyebaran berita yang berada di *Newsroom*. Konten berita yang disajikan oleh *Newsroom* hampir 70% membahas mengenai kebijakan serta program yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bekasi. Berita yang disajikan oleh *Newsroom* juga terbilang *good news*, karena tidak menyajikan berita-berita yang bermuatan provokatif, sensasional dan berita lain yang dapat membuat kegaduhan publik. Menurut Redaktur Pelaksana *Newsroom*, Yus Ismail menyampaikan,

“Kita memproduksi berita seputar informasi-informasi pembangunan daerah yang dilakukan oleh pemerintah Kab. Bekasi. Jadi keberadaan *Newsroom* ini untuk memastikan, bahwa Pemda itu bekerja. Bupati bekerja, Sekda bekerja, dan semua kepala Dinas, Camat Lurah itu semua bekerja. Program pembangunan dijalankan, kegiatan-kegiatan setiap hari dari program pembangunan itu kita liput,” (Wawancara Iyus Ismail Redaktur Pelaksana *Newsroom* 27 April 2022).

Menurut Yus, *Newsroom* memproduksi konten-konten berita terkait informasi yang bersifat pembangunan, dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Keberadaan *Newsroom* sebagai bentuk representasi untuk memastikan semua perangkat daerah itu bekerja mulai dari Bupati, Sekda, Prokopimda, Kepala Dinas, Camat, Lurah sampai kepada tingkat RT dan RW. Setiap program-program yang dilaksanakan oleh perangkat daerah ini, nantinya akan diliput dan diinformasikan kepada masyarakat.

Di samping itu, *Newsroom* juga menghadirkan berita-berita selingan agar pemberitaan yang ditampilkan di website tidak terfokus mengenai pembangunan yang berada di Kabupaten Bekasi. Berita-berita selingannya berupa *feature* seperti kearifan lokal, kuliner, tempat wisata, sosial budaya dan sejarah serta hal-hal lain yang potensial dan harus dipublikasikan agar masyarakat lebih tahu dan lebih mengenal. Yus juga menambahkan.

“Kadang-kadang untuk selingan kita hadirkan juga berita yang bersifat *human interest* atau *feature* ya. Misalnya, kaitannya dengan kearifan lokal Kab. Bekasi. Misalnya, kuliner kayak gabus pucung, dodol itu kita hadirkan juga. Artinya memang ada selingan-selingan berita yang menyangkut sosial, budaya, sejarah termasuk destinasi wisata. Yang potensial itu juga kita hadirkan,” (Wawancara Yus Ismail 27 April 2022).

Menurut Yus, berita-berita selingan yang ditampilkan oleh *Newsroom* ini dapat memberikan keuntungan agar budaya dan potensi-potensi yang berada di Kabupaten Bekasi bisa dikenal lebih luas, platform penyebaran berita yang beragam membuat informasinya tidak hanya berkulat di media sendiri tetapi juga bisa sampai ke media luar, dan menjadi daya tarik bagi orang yang akan berkunjung ke Kabupaten Bekasi.

Proses produksi berita dari hasil liputan dilakukan setelah wartawan selesai mengolah hasil liputan menjadi sebuah produk jurnalistik, baik itu dalam bentuk tulisan, foto maupun video. Untuk berita yang akan dimuat di website diserahkan kepada redaktur tulis untuk mensortir berita-berita yang masuk dan memperbaiki sistematika penulisan mulai dari EYD, penggunaan kata, dan susunan beritanya. Jika sudah sesuai dengan SOP penerbitan berita, kemudian diserahkan kepada pemimpin redaksi untuk dinilai layak atau tidaknya sebuah berita untuk dipublikasikan. Karena terdapat beberapa kategori berita yang tidak bisa dipublikasikan seperti mengandung yang bermuatan sensitif, mengandung unsur sara, dan atau hal-hal bersifat provokatif yang dapat membuat kegaduhan publik.

Menurut Wibawa pemberitaan yang dilakukan oleh media harus berlandaskan data dan fakta serta dalam menyajikan informasi berita kepada publik konten media wajib menampilkan keberimbangan (*balancing reporting*), melakukan validasi data (*check and research*) dan media harus menyajikan liputan yang bersifat netral dengan menjauhi kepentingan kelompok dan individu (*cover both side*) (Wibawa, 2020). Setiap pemberitaan yang dipublikasikan oleh *Newsroom* bersifat aman, dalam ruang lingkup pemerintahan aman disini berarti informasi yang disampaikan utuh sehingga tidak terjadi misinformasi oleh orang yang membacanya. *Newsroom* sebagai media informasi lembaga pemerintah menjadi acuan utama bagi media-media lokal, regional dan nasional dalam melakukan pengutipan atau mengambil informasi terkait kegiatan pemerintah di Kabupaten Bekasi. oleh karena itu berita yang akan publikasikan tidak bisa sembarangan, karena membawa nama baik instansi pemerintah.

Pemberitaan yang dilakukan oleh *Newsroom* dalam satu hari bisa memproduksi sekitar 18 berita. Berita yang di produksi bermacam-macam mulai dari berita untuk website, video dan grafis. Jika dikomparasikan dengan kabupaten atau kota lain di Jawa Barat, Pemkab Bekasi merupakan salah satu lembaga pemerintah yang mempunyai produktivitas cukup tinggi dalam menampilkan berita setiap harinya. Menurut Redaktur *Newsroom* Andi Imanudin menjelaskan, untuk jumlah produksi berita sementara ada 18 berita yang diproduksi dalam sehari dan 18 berita itu terbagi ke dalam berbagai jenis, 14 berita tulis untuk website, 4 video berita untuk televisi dan videotron. Tetapi untuk ke depannya jumlah berita yang diproduksi oleh *Newsroom* akan di naikan

menjadi 27 berita dalam satu hari.

Dalam mendapatkan informasi berita, *Newsroom* memiliki berbagai macam alur. Pertama, mendapat informasi dari dinas-dinas terkait yang meminta langsung untuk meliput acara mereka, yang mana telah dikomunikasikan dengan koordinator liputan di dalam rapat proyeksi. Kedua, mendapat informasi dari Prokopim (Protokol dan Agenda Pimpinan) untuk meliput kegiatan Bupati atau Sekda, lalu Prokopim akan menjalin komunikasi dengan Humas Diskominfo yang kemudian informasinya akan disampaikan kepada pihak redaksi *Newsroom*.

Menurut Andi, terdapat beberapa alur informasi lain yang diterima oleh *Newsroom*, biasanya ada usulan peliputan dari setiap dinas hal tersebut dikategorikan sebagai liputan yang bersifat insidentil (mendadak). Untuk selebihnya karena ada wilayah di kecamatan, kelurahan, dan desa maka informasi peliputan biasanya didapat dari Korlip yang sudah matang dalam memahami kultur wilayah terkait isu-isu yang ada, selebihnya dibantu dengan beberapa wartawan yang ditempatkan di masing-masing daerah.

Terdapat beberapa tuntutan yang harus dipenuhi wartawan *Newsroom* sebelum melakukan peliputan ke lapangan. Pertama memahami teknik peliputan dengan baik, pahami isu yang akan diliput, akses dimana wartawan dapat membangun berita yang seimbang antara narasumber, tempat dan kredibilitas sehingga dapat memiliki ototritas tidak asal langsung meliput. Kedua, pastikan alat-alat seperti kamera, drone, *handycam* dan *handphone* dalam kondisi baterai yang penuh dan stabil. Ketiga, karena wartawan *Newsroom* berasal dari instansi pemerintah dari segi penampilan pun harus diperhatikan tidak boleh urakan, ketika melakukan peliputan seragam harus dipakai selain menjadi ciri dan identitas juga untuk membedakan dari wartawan liar.

“Pertama memahami teknik peliputan itu sih yang utama. Kedua alat, alat itu penting seperti kamera, drone dan segala macamnya itu juga harus dipersiapkan jangan sampai baterainya habis peralatannya harus udah siap. Dari penampilan juga penting, karena kita kan wartawan Pemda ya, jadi harus hati-hati gak boleh sembarangan juga tetap harus menjaga sopan santun, rapih apalagi kita sering meliput ke acara-acara resmi. Seragam yang diberikan harus dipakai karena itu yang membedakan kita dengan wartawan-wartawan lain, dan supaya kita juga tidak terkesan seperti wartawan liar,” (Wawancara Andi Imanudin Redaktur Video *Newsroom* 27 April 2022).

Di era digital saat ini, wartawan diharuskan memiliki kepekaan terhadap isu-isu pemberitaan dan senantiasa diperkaya dengan berbagai pengalaman peliputan berita yang digali secara langsung di lapangan atau biasa dikenal dengan *news experience* (Muhaemin, 2017:343). Tuntutan yang harus dipenuhi oleh wartawan *Newsroom* sebelum turun ke lapangan salah satunya adalah dengan membekali diri bagi setiap individu wartawannya, agar ketika berada di lapangan wartawan dalam kondisi yang benar-benar siap. Wartawan dipastikan harus sudah menguasai isu peliputan dengan matang, jangan sampai meliput acara yang tidak dipahami itu berbahaya, karena bisa merusak kredibilitas dan data yang didapat di lapangan pun bisa tidak sesuai. Selain tuntutan terhadap kesiapan pemahaman isu peliputan, era konvergensi media mengharuskan para wartawan memiliki tiga spesialisasi untuk bisa beradaptasi dengan cepat meliputi, keahlian menulis, mengambil foto dan membuat video Supadiyanto dalam (Terry and Flew, 2020). Selain dari segi pemahaman dan keahlian, wartawan *Newsroom* juga dituntut untuk berpakaian yang rapi dan sopan.

Model konvergensi yang disampaikan oleh Grant (2009), mengenai konvergensi content sangat cocok dengan proses produksi konten berita yang terjadi di *Newsroom*. Grant mengungkapkan konvergensi content menuntut media untuk terus berkembang dan berinovasi dengan menggabungkan beberapa elemen berita seperti tulisan, ilustrasi, audio, video, blog, podcast dan grafis kepada penyajian berita dalam bentuk multimedia. Teori yang diungkapkan Grant sejalan dengan konsep tiga jenis konten berita yang mengikuti standar konvergensi media. Pertama, berita dalam bentuk tulisan yang dipublikasikan di website bekasikab.go.id itu hanya teks yang dilengkapi dengan foto, tetapi setelah melakukan konvergensi *content* maka tulisan dalam bentuk teks biasa dikemas dalam bentuk grafis yang ditampilkan pada videotron, infografis di media sosial dan video. Kedua, berita dalam bentuk foto tidak hanya ditampilkan sebagai pelengkap teks untuk berita tulis di website atau majalah, tetapi juga sebagai bahan baru bagi desain grafis untuk membuat infografis atau ilustrasi yang kreatif. Infografis merupakan suatu bentuk informasi yang dikemas dalam bentuk visual, yang berfungsi untuk mempermudah seseorang dalam membaca informasi. Grafis informasi atau infografis adalah representasi visual yang grafis informasi, data yang atau pengetahuan dimaksudkan untuk menyajikan informasi yang kompleks dengan cepat dan jelas (Newsom & Haynes, 2004:236). Ketiga, video dari hasil liputan tentunya akan melakukan serangkaian proses editing sebelum nantinya akan dipublikasikan. Penambahan berbagai elemen seperti grafis, ilustrasi dan teks membuat video lebih hidup, pesan-pesan non verbal dapat tersampaikan dan terlihat jadi lebih menarik.

Sejauh ini sarana dan prasarana yang berada di *Newsroom* sudah memenuhi standar jurnalistik dan sudah cukup mendukung untuk melakukan proses peliputan di lapangan, hanya saja belum maksimal. Terdapat beberapa alat-alat yang harus diperbanyak dan di *upgrade*. Selain itu, karena sekarang eranya digital menjadi serba praktis dan efisien, dengan bermodalkan *handphone* bisa untuk *support* dan mengcover kegiatan-kegiatan peliputan dan kebutuhan wartawan di lapangan.

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan proses produksi konten berita yang terjadi di *Newsroom* bermula dari rapat redaksi yang disebut sebagai rapat proyeksi. Rapat proyeksi merupakan tolak ukur dari berjalannya proses peliputan di *Newsroom*. Hasil liputan yang dilakukan oleh wartawan di lapangan selanjutnya diolah menjadi produk berita. Redaktur berperan untuk melihat kualifikasi kelayakan berita dan melakukan pengeditan. Berita yang sudah melalui serangkaian proses pengeditan akan diberikan kepada Pemred, jika sudah menerima persetujuan dari Pemred, maka berita bisa disebarluaskan kepada publik sesuai dengan platform penyebaran medianya masing-masing. Meskipun secara sarana dan prasarana belum dikatakan maksimal untuk melakukan proses peliputan, tetapi *Newsroom* terus berinovasi dan mengoptimalkan peralatan yang ada dengan berbagai konten berita yang di produksi dan dipublikasikan kepada masyarakat.

PENUTUP

Pengaturan platform media penyebaran berita pada redaksi *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi bersifat konvergensi media, hal ini dilakukan karena konvergensi media bersifat ekonomis. Konvergensi media menyebabkan terbentuknya keberagaman platform media penyebaran berita. *Newsroom* menggunakan platform media penyebaran berita yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat di Kabupaten Bekasi. Platform media penyebaran beritanya yang sangat beragam juga membuat informasi-informasi yang berada di Kabupaten Bekasi bisa dikenal lebih luas, tidak hanya dinikmati oleh masyarakat yang berada di Kabupaten Bekasi saja.

Penanganan proses produksi konten berita yang berada di *Newsroom* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi ditentukan dari rapat proyeksi. Rapat proyeksi dilakukan untuk menganalisis topik-topik yang akan dijadikan bahan peliputan selama satu minggu, hasil dari rapat akan dibuatkan *schedule* dan job desk peliputan oleh Korlip kepada masing-masing wartawan. Hasil liputan di lapangan nantinya akan masuk kepada proses budgeting yang akan diolah menjadi konten berita sebelum disebarluaskan dan disesuaikan dengan platform

Era konvergensi media membuat khalayak pembaca bisa dengan mudah mengakses informasi berita dari berbagai macam platform. Kemudahan akses informasi berita yang terjadi di masyarakat khususnya yang berada di wilayah Kabupaten Bekasi menyebabkan masyarakat tidak teliti dan mengabaikan sumber beritanya. Konsep konvergensi media yang diadopsi oleh manajemen redaksi *Newsroom* Diskominfosantik Kabupaten Bekasi merupakan bentuk kontribusi pemerintah daerah dalam memberikan pelayanan informasi yang berkualitas, akurat, terpercaya dan dapat mengimbangi kemudahan akses informasi yang berkembang pesat di masyarakat. Hal ini juga dapat mendorong keterbukaan informasi di masyarakat sebagai bahan perumusan kebijakan dalam pembangunan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsani Taqvim Aminuddin, N. H. (2020). Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos. *Kajian Jurnalisme* , 138-152.
- Arifin, M. S. (2018). Manajemen Redaksional Portal Berita Online Dalam Mengelola Media Sosial Sebagai Sarana Promosi. *Jurnal Budi Luhur* , 1-16.
- Arikunto, S. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bekasi, B. P. (2022). [bekasikab.go.id](https://www.bekasikab.go.id). (Pemkab Bekasi) Retrieved Maret Rabu, from <https://www.bekasikab.go.id/>
- Dulwahab, E. (2010). Dakwah di Era Konvergensi Media. *Journal for Homiletic Studies*, 1-16.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jenkins, H. (2006). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture (Postmillennial Pop)* by Henry Jenkins. New York University Press.
- M Irfansyah Fazryansyah, H. A. (2014). Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon Periode Januari-Mei 2013). *Jurnal Aspikom* , 85-102.
- Morissan. (2009). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah Digital Akademisi Dakwah. *Ilmu Dakwah*:

- Academic Journal for Homiletic Studies, 11(2), 341-356.
doi:<https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.1906>
- Newsom, D., & Haynes, J. (2004). *Public Relations Writing: Form and Style*. Canada: Nelson Education.
- Nur Cholis, D. W. (2018). Manajemen Strategi Redaksi Dan Bisnis Koran Olahraga Top Skor Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online Di Era Konvergensi Media. *Kajian Jurnalisme*, 124-146.
- Pramesti. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sucahya, M. (2017). Manajemen Media Digital. *Jurnal Tabrawi*, 44-48.
- Sukarna, G. R. (2011). *Principles of Management*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumadiria, H. (2014). *Jurnalistik Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Supadiyanto, T. F. (2020). *Pengantar Jurnalisme Konvergen (Menjawab Tren Industri Media Digital)*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Suryadi, H. J. (2018). *Strategi dan Manajemen*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Titik Wahyuningsih, A. Z. (2020). Jurnalisme Era Baru (Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media). *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 76-91.
- Wasisto, J. R. (2013). *Pengantar Kajian Globalisasi: Analisa Teori dan Dampaknya di Dunia Ketiga*. Jakarta: UB Press Universitas Bakrie.
- Wibawa, D. (2020). Wartawan dan Netralitas Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21.
- Wibawa, D. (2021). Perspektif Wartawan Radio Bandung PRFM 107.5 Bandung Terhadap Media Sosial. *Annaba: Jurnal Ilmu Komunikasi Jurnalistik*, 1-20.