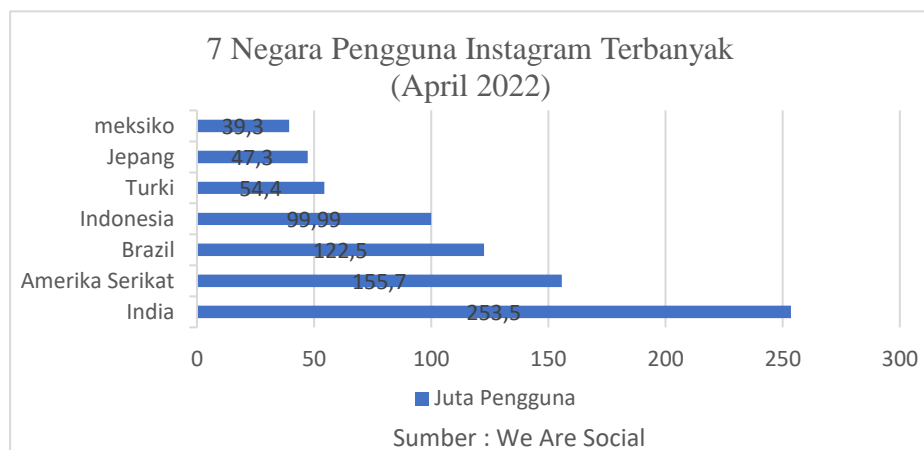


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini internet menjadi jaringan dan sumber informasi terbesar di dunia. Merupakan hal yang wajar apabila masyarakat memanfaatkan internet untuk memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi. Pesatnya perkembangan tersebut juga diikuti oleh maraknya penggunaan media sosial dari berbagai kalangan, baik muda atau tua, miskin ataupun kaya. Di Indonesia sendiri menjamurnya penggunaan media sosial bukanlah suatu fenomena yang baru. Menurut data *We Are Social*, pada April 2022 Indonesia merupakan pengguna Instagram terbanyak nomor 4 di dunia dengan total 9,99 juta pengguna.



Gambar 1. 1 Data Negara Pengguna Instagram Terbanyak

Sumber : Olahan Peneliti (2023)

Kondisi ini pada akhirnya banyak dimanfaatkan oleh perusahann untuk aktivitas jurnalisme *online* dengan memanfaatkan media sosial instagram. Jika dulu berita atau informasi dimuat dengan media konvensional, sekarang dimuat pada media *online* yang dikemas dalam bentuk konten. Kehadiran media *online*

perlahan menggeser eksistensi jurnalisme konvensional karena beberapa faktor diantaranya adalah ketidak mampuan bersaing memberikan berita secara *real time* kepada khalayak. Namun, kehadiran media *online* ini memudahkan masyarakat untuk memperoleh dan mengkonsumsi beragam informasi *terupdate* yang bisa diakses kapan pun dan dimana pun tanpa batasan waktu.

Hingga saat ini penyebaran informasi berita banyak menggunakan jejering media online Instagram. Beberapa contoh akun Instagram jurnalisme online yang berbasis informasi adalah Folkative. Dilansir dari Kompasiana, Folkative adalah media *online* yang menyajikan tentang berita harian terbaru dengan mengusung "*Creative Cultur*" dan target pasarnya merupakan kalangan milenial. Ada pula *platform* media lain yaitu Explore Jogja, akun ini menyajikan informasi khusus wisata, kuliner, *event* dan lain-lain yang ada di Yogyakarta. Tentunya informasi yang disajikan akan bermanfaat bagi para wisatawan yang ingin berkunjung ke kota Yogyakarta. Contoh terakhir adalah Detikcom, akun ini menyajikan konten berita yang memanfaatkan data dalam bentuk foto, rekaman peristiwa, dan data statistik yang disajikan melalui infografik dan video infografik.

Adapun akun Instagram lain dengan produk informasi adalah *@lampuung* atau biasa dikenal dengan sebutan Lampung GEH. Berdasarkan *lampuung.com*, Lampung GEH merupakan media daerah yang menyajikan konten terkait hal-hal baik tentang Lampung dalam berbagai macam bentuk konten. Lampung GEH sendiri merupakan kepanjangan dari Lampung *Gets Everything Helau*. Dimana '*Helau*' merupakan Bahasa Daerah Lampung yang memiliki makna

baik. Konten yang ditampilkan oleh Lampung GEH sangat bervariasi mulai dari konten pariwisata, budaya, sosok inspirasi, kuliner, *lifestyle*, *charity*, sejarah, komunitas, *event* dan lain-lain. Lampung GEH adalah media yang berfokus menyasar generasi milenial hingga dewasa. Konten Instagram Lampung GEH bersifat informatif namun disajikan dengan bahasa yang santai dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan usia (*About Us*, n.d.). Saat ini akun Instagram media ini telah memiliki 532.000 *followers*, 5.910 *following* dan 19.600 *postingan*.

Hal menarik tentang Lampung GEH adalah media *online* ini menggunakan sapaan kepada pengikutnya dengan sebutan “*sekelik*”, dimana dalam Bahasa Daerah Lampung memiliki arti saudara. *Followers* Lampung GEH yang terus bertambah membuat akun Instagram ini memiliki *followers* terbanyak dalam media *online* daerah Lampung. Akun ini memiliki target *followers* baru sejumlah 250 *followers* setiap harinya. Sedangkan berdasarkan *Social Blade*, akun ini memiliki pengikut rata-rata harian sejumlah 140 hingga 200 pengikut. Artinya, Lampung GEH masih belum dapat secara konsisten menjangkau target tersebut.

Saat ini berbagai jurnalisme media massa konvensional sudah mulai merambah ke media digital untuk dapat mempertahankan eksistensinya. Artinya, persaingan jurnalisme menjadi semakin ketat dan sulit terutama untuk media online daerah yang belum memiliki *power* sebesar perusahaan seperti Kompas dan Detik. Lampung GEH sebagai media online daerah berupaya untuk dapat mempertahankan eksistensinya dan dapat bersaing dengan perusahaan-

perusahaan besar. Menurut pernyataan *founder* Lampung GEH, salah satu cara yang dipilih untuk mengatasi permasalahan tersebut dan menarik khalayak hingga meningkatkan *followers* adalah dengan pengelolaan strategi konten yang baik. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi konten Instagram yang dikelola oleh Lampung Geh dalam meningkatkan jumlah *followers* pada tahun 2023.

Adapun penelitian serupa terdahulu yang berjudul “Strategi Manajemen Redaksional Koran Tribun Jabar” memberikan kesimpulan bahwa proses penemuan berita yang dilakukan oleh Tribun Jabar dimulai dengan perencanaan yaitu rapat proyeksi berita terencana dan berita *accidental* yang diliput oleh wartawan yang berada di dekat lokasi kejadian. Produksi berita dimulai dari wartawan, lalu redaktur, kemudian pendesignan, setelah itu dikirim ke redaktur pelaksanaan apabila sudah sesuai, kemudian oleh IT *softcopy* dikirim ke percetakan untuk dicetak. Tribun Jabar sangat menjaga standar kualitas surat kabar dengan cara menjaga kualitas dan kredibilitas berita (Dwiputra & Nureni, 2019). Penelitian tersebut merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktive. Kekurangan dari penelitian ini adalah tidak menyebutkan metode pengumpulan data yang dilakukan. Berbeda dengan penelitian yang akan saya lakukan, jika Dwiputra & Nureni menggunakan paradigma konstruktive dan berfokus pada manajemen redaksional pada koran sedangkan penelitian yang akan saya lakukan menggunakan paradigma post positivisme dan akan berfokus pada manajemen redaksional pada instagram sehingga memiliki kemungkinan mendapatkan kesimpulan yang berbeda.

Pada penelitian terdahulu kedua yang berjudul “Strategi Komunikasi Manajemen Redaksi Televisi Radio (TVR) Parlemen Dalam Meningkatkan Minat Penonton Di Era Digital” yang dilakukan oleh Tiara dan Djudjur memiliki beberapa kesimpulan bahwa upaya yang dilakukan oleh TV Parlemen dalam pengelolaan manajemen redaksional untuk meningkatkan minat penonton telah terlaksana dengan baik sesuai dengan proses perencanaan, penyusunan pengorganisasian yang ditangani dan dijalankan dengan baik, melaksanakan pengarahan menjalin komunikasi antar atasan dan karyawan, melakukan pengawasan dan evaluasi. Selain itu upaya lain yang dilakukan TV Parlemen dalam meningkatkan penonton adalah dengan melakukan pengembangan website, perubahan re-branding, dan mengembangkan kerja sama dengan media lokal maupun swasta (Dwi & Radjagukguk, 2022). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, observasi non partisipan, dan dokumentasi. Penelitian ini berbeda dengan yang akan peneliti lakukan, karena pada penelitian ini berfokus pada manajemen redaksi pada TV yaitu media konvensional sedangkan penelitian yang akan saya lakukan berfokus pada media *online* Instagram. Sehingga strategi manajemen redaksional yang dilakukan bisa saja berbeda.

Pada penelitian terdahulu ketiga yang berjudul “Manajemen Redaksi Pemberitaan Sepakbola Nasional di Masa Pandemi Covid-19” oleh Muhammad Diast Reyhanrafif dan Narayana Mahendra Prastyia memberikan kesimpulan bahwa tema yang diangkat dalam pemberitaan sepak bola saat masa pandemi Covid-19 yaitu memberitakan peristiwa olahraga dimasa lalu, aktivitas pelaku

olahraga saat kompetisi dihentikan, dan dampak pandemi bagi para pelaku olahraga. Sistem kerja redaksi menerapkan work from home secara dominan. Teknik liputan media menggunakan sumber berita dari media resmi *club* olahraga, wawancara dengan narasumber dilakukan melalui telepon, informasi yang di media sosial dikembangkan, dan menghadiri konferensi pers yang digelar oleh organisasi olahraga secara daring. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara dengan perwakilan narasumber 4 redaksi media (Bolaspot.com, Detik.com, Jawapos.com, dan Okezone.com) (Prastya & Reyhanrafif, 2023). Perbedaan penelitian ini dengan yang akan saya lakukan adalah penelitian ini dilakukan saat masa pandemi covid-19 dan berfokus pada 4 media yang biasa menyajikan informasi sepak bola. Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan akan berfokus pada manajemen redaksional satu media online saja dan yang dilakukan pada 2023 atau setelah masa pandemi. Sehingga manajemen redaksional yang dilakukan bisa saja berbeda karena perbedaan masa penelitian. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan satu teknik pengumpulan data yaitu wawancara sedangkan penelitian yang akan saya lakukan menggunakan metode pengumpulan data wawancara dan dokumentasi sehingga hasil yang didapatkan akan lebih kredibel dan mendalam.

Pada penelitian terdahulu keempat yang berjudul “Manajemen Redaksi Media Lokal dalam Pemberitaan Haji” mendapatkan kesimpulan tema haji yang diangkat oleh media lokal (Kedaulatan Rakyat Group (Yogyaakarta), Solopos (Solo), Radar Cirebon (Cirebon) dan SuaraNTB (Nusa Tenggara Barat)

berkaitan dengan kebijakan pemerintah mengenai haji, persiapan keberangkatan, jadwal kepulangan, dan kondisi jamaah haji asal wilayah tersebut selama di tanah suci. Informan pemberita merupakan otoritas haji di tingkat lokal dan jamaah haji yang berasal dari daerah yang sama dengan keberadaan media tersebut. Perolehan informasi secara langsung memanfaatkan relasi dengan jamaah selama pelaksanaan ibadah haji. Teknik pengumpulan informasi media menggunakan cara liputan langsung utamanya di embarkasi/debarkasi serta kantor otoritas lokal haji di kota masing-masing, menggunakan website resmi Kementerian Agama, dan mengutip dari kantor berita lain (Prastya & Ningsih, 2021). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan wawancara. Berbeda dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, karena peneliti akan menggunakan wawancara dan dokumentasi agar hasil penelitian maupun kesimpulan yang diperoleh lebih kredibel dan mendalam.

Penelitian terdahulu kelima yang dilakukan oleh Lila Fadilah Kusuma dan M. Syukron Anshori dengan judul “Analisis Deskriptif Manajemen Redaksional Surat Kabar Lokal Radar Sumbawa Ditengah Arus Media Online” memberikan kesimpulan bahwa penerapan manajemen POAC telah dilaksanakan dengan baik oleh keredaksian surat kabar Radar Sumbawa sesuai pedoman POAC, yaitu melakukan perencanaan peliputan dengan mengadakan rapat proyeksi dan evaluasi, mengevaluasi, pemilihan sumber daya manusia (SDM) yang professional pada bidangnya dan mengadakan pelatihan pada wartawan untuk melatih kemampuan. Radar juga memberikan apresiasi berupa reward kepada

wartawan berprestasi dan fasilitas yang dapat mendukung kegiatan mereka. Penerapan manajemen POAC tidak jauh berbeda antara website Radar dengan media cetaknya. Website Radar Sumbawa difungsikan dengan baik dan memposting berita secara berkala. Hal ini kembali pada prinsip dari Radar Sumbawa yaitu menjadi koran terbesar dan menjadi referensi masyarakat NTB (Kusuma et al., 2021). Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses manajemen redaksional Radar Sumbawa pada versi cetak dan website. Penelitian ini berbeda dengan yang akan peneliti lakukan, karena peneliti bertujuan untuk mencari tahu manajemen redaksional pada media Instagram. Sehingga strategi yang diterapkan pada website dan cetak memiliki kemungkinan berbeda dengan strategi yang dilakukan pada media Instagram.

Dari diskusi tersebut, peneliti kemudian memilih untuk fokus pada strategi dalam produksi konten digital pada akun Lampung GEH. Selain itu, peneliti ingin melihat strategi Lampung Geh dalam meningkatkan *followers* pada tahun 2023.

B. Rumusan Masalah

Ditinjau dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana strategi manajemen redaksional Instagram Lampung Geh dalam meningkatkan *followers* pada tahun 2023?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi manajemen redaksional yang dilakukan Lampung GEH di Instagram dalam meningkatkan *followers* tahun 2023.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam produksi konten untuk kebutuhan redaksional pada Instagram.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi para praktisi dalam membuat strategi komunikasi konten junrnkhususnya Instagram.

E. Kajian Teori

1. Jurnalistik Online

Jurnalisme adalah segala aktivitas yang bermuara pada penyebaran berita, mulai dari pengumpulan fakta, penulisan hingga penyuntungan berita (Musman & Mulyadi, 2017). Menurut Shapiro (2013) dalam Dudi dkk. jurnalisme dijelaskan sebagai kegiatan mencari informasi mengenai sebuah peristiwa secara akurat dan dikemas untuk kemudian disebarluaskan kepada publik. Secara tradisional jurnalisme biasa diartikan sebagai proses mencari, mengolah, dan mempublikasikan informasi dengan format 5W+1H melalui media massa (Iskandar et al., 2022).

Era globalisasi menghadirkan media *online* yang sudah menambah perbendaharaan media baru (*new media*) dalam menghasilkan produk teknologi informasi melalui jaringan internet. Kelebihan media *online* seperti akses jaringan yang cepat, murah dan mudah membuat publik mudah untuk bergantung pada media ini. Terkhusus digunakan dalam hal memperluas jaringan dan referensi pemakainya. Dengan adanya media *online*, kebutuhan publik atau masyarakat sangat tertolong. Bahkan, pembaca masih dapat menikmati sejumlah berita melalui media *online* yang tidak disebarluaskan pada media konvensional (Muhtadi, 2016). Iskandar dkk. (2022) menjelaskan jika saat ini merupakan eranya media sosial, dimana hampir seluruh aspek kehidupan manusia tak lepas dari pengaruh media sosial. Bahkan dalam kehidupan dunia modern media sosial telah menjadi bagian vital. Oleh karena itu media sosial dapat dijadikan alat jurnalisme sesuai dengan perkembangan zaman dan dalam aturan tertentu.

Jurnalistik *online* merupakan proses penyajian pesan atau informasi dengan memanfaatkan media jaringan intrnet (media *online*) dalam mempermudah penyaluran dan akses informasi pada masyarakat. *Cyber journalism* atau disebut juga jurnalisme *online* adalah pelaporan peristiwa atau fakta yang didistribusi dan diproduksi melalui internet. Kategori media online yakni *website*, portal, radio *online*, *social media*, televisi online, dan *email*. Adanya jurnalisme *online* membuat akses dan distribusi media menjadi terbuka tanpa batas (Trianton, 2016).

Jurnalistik *online* menurut Teguh Trianton (2016) memiliki karakteristik tersendiri dibanding dengan media konvensional yakni pertama, jurnalistik *online* bersifat *real time*. Kecepatan akses informasi berbagai macam berita dapat langsung disebarluaskan saat peristiwa sedang berlangsung. Dengan adanya publikasi *real time* pembaca atau audiens mendapatkan kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh informasi *terupdate*, terkini, teraktual dan terbaru.

Kedua, jurnalistik *online* bersifat interaktif dan interkoneksi yang tanpa batas (*nirwatas*). Media *online* umumnya akan memberikan ruang interaksi antar pembaca yang ingin menyampaikan respon atau tanggapan secara langsung di kolom komentar. Selain itu pembaca juga mendapatkan beragam tautan yang berisikan informasi terkait.

Ketiga, Jurnalistik media *online* menyediakan fitur multimedia. Media *online* dalam menyajikan informasi tidak hanya dalam format tulisan atau teks dan gambar namun dilengkapi dengan video yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Dengan multimedia audiens dan jurnalis memungkinkan untuk melakukan interaksi dengan fitur video *streaming* diskusi dan pertukaran pesan berlangsung mendekati kenyataan (*real*).

Secara garis besar terdapat fungsi jurnalisme atau pers yang mencakup beberapa hal sebagai berikut :

1) Memberi informasi (*to inform*)

Media massa (pers, TV, radio, film, dan media baru) berfungsi untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat

maupun masyarakat yang terbuka terhadap informasi (Barus, 2010). Fungsi informatif merupakan dapat memberikan berita atau informasi kepada publik secara teratur. Adanya pers dapat mengingatkan pada peristiwa yang diduga akan terjadi seperti cuaca atau meberitakan hal-hal yang bermanfaat seperti menghitung pajak pribadi berdasarkan tarif pajak baru (Musman & Mulyadi, 2017).

2) Mendidik (*to educate*)

Jurnalisme dipakai untuk fungsi mendidik, dimana informasi disampaikan dengan cara mendidik atau edukatif. Adanya penyebaran berita yang mendidik di media massa mampu meningkatkan kecerdasan dan pekerti masyarakat (Barus, 2010).

3) Memberi hiburan (*to entertaint*)

Kemuliaan peran media massa terletak pada kemampuan untuk menyajikan hiburan yang sekaligus mendidik sehingga bisa mengembangkan kebudayaan. Fungsi hiburan jurnalisme dapat dilihat dari isi konten medianya seperti berita, foto, gaya hidup, konser musik, dunia tari, karikatur, humor, film dan sebagainya (Barus, 2010). Wartawan dapat menyajikan kisah-kisah yang lucu yang dapat diketahui meskipun kisah tersebut tidak begitu penting (Musman & Mulyadi, 2017).

4) Melaksanakan kontrol sosial (*social control*)

Fungsi kontrol disebut juga dengan pengawasan masyarakat. Dalam menjalankan fungsinya kontrolnya, pers memiliki pengaruh yang

sangat kuat dalam suatu negara (Barus, 2010). Fungsi kontrol adalah jurnalis harus memberitakan apa yang berjalan baik dan tidak baik. Fungsi kontrol harus dilakukan lebih aktif oleh jurnalis daripada masyarakat. Salah satu contoh diantaranya adalah menyelidiki pekerjaan perusahaan atau pemerintah (Musman & Mulyadi, 2017).

5) Interpretatif dan direktif

Fungsi interpretative dan direktif adalah meberikan bimbingan dan interpretasi. Jurnalis dituntut untuk bisa menceritakan atau menguraika arti suatu kejadian kepada khalayak (Musman & Mulyadi, 2017).

6) Regeneratif

Pers membantu menyampaikan warisan sosial kepada generasi baru supaya terjadi proses regenerasi kepada generasi muda (Musman & Mulyadi, 2017).

7) Pengawasan hak-hak warga

Fungsi ini adalah mengawal dan mengamankan hak-hak pribadi. Pers wajib untuk menjaga baik-baik untuk tidak menimbulkan tirani golongan mayoritas menguasai dan menekan golongan minoritas. Masyarakat diberikan ruang untuk dapat menulis dalam media dalam menyampaikan kritik terhadap segala suatu yang terjadi dalam kehidupan masyarkat atau bisa mengkritik medianya sendiri (Musman & Mulyadi, 2017).

8) Ekonomi

Fungsi ekonomi merupakan melayani sistem ekonomi melalui iklan sehingga penawaran akan berjalan hingga barang produksi dapat terjual (Musman & Mulyadi, 2017).

9) Swadaya

Pers diharuskan untuk memupuk kemampuannya sendiri supaya dapat membebaskan dirinya terhadap pengaruh serta tekanan dalam bidang keuangan. Apabila media massa mengalami tekanan keuangan, sama dengan menempatikandiri berada pada naungan kehendak siapa saja yang bisa membayarnya sebagai balas jasa. Oleh sebab itu, jurnalis wajib mampu memupuk pemodalannya sendiri agar dapat memelihara kebebasannya (Musman & Mulyadi, 2017).

2. Manajemen Redaksional

Manajemen menurut George Robert Terry (1972) dalam Athik Hidayatul Ummah diartikan sebagai suatu mekanisme yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan lainnya (Ummah, 2021). Manajemen berasal dari kata Bahasa Perancis kuno yaitu *ménagement* yang berarti seni mengatur dan melaksanakan. Secara umum manajemen didefinisikan sebagai suatu proses yang secara garis besar melibatkan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan pengevaluasian. Secara sederhana manajemen dimaknai pengaturan, pengelolaan, pemhinaan, dan penataan (Silvia et al., 2021).

Dari berbagai definisi-definisi tersebut manajemen dapat dilihat dalam aspek berikut ini. Pertama, serangkaian kegiatan yang tertata dalam alur proses tertentu yang sudah direncanakan sebelumnya sehingga manajemen bukanlah kegiatan yang bersifat tunggal atau hanya dikerjakan oleh satu orang saja. Kedua, dalam manajemen melibatkan aspek sumber daya manusia dan materi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan manajemen melibatkan orang lain dan dikerjakan oleh beberapa orang. Ketiga, manajemen dilakukan untuk mencapai suatu tujuan bersama dari organisasi. Hal ini menandakan bahwa sebelum pelaksanaan akan selalu ada perencanaan. Kemudian Adanya kontrol pengawasan pelaksanaan supaya arah dalam mencapai tujuan dapat tercapai. Keempat, manajemen berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen yaitu menyangkut perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Dari fungsi tersebut, akan memperlihatkan bagaimana seharusnya manajemen dilakukan agar tujuan organisasi tercapai dengan baik (Junaedi, 2014).

Athik Hidayatul Ummah (2021) menjelaskan bahwa manajemen menjadi penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi dikarenakan beberapa alasan berikut. Pertama, manajemen dijalankan untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Kedua, manajemen dapat menjaga keseimbangan antara tujuan, sasaran, dan aktivitas apabila terjadi konflik antara kelompok atau pihak yang mempunyai kepentingan dalam organisasi. Ketiga, suatu kerja organisasi dapat diukur dengan menggunakan pedoman efensi dan efektivitas.

Dalam dunia jurnalistik terdapat konsep yang disebut dengan manajemen media atau redaksional. Manajemen redaksional merupakan solusi untuk mengatur bias antara berita dan iklan pada media *online*. Fungsi dari manajemen redaksional adalah untuk mengatur strategi dalam pembuatan sebuah konten berita supaya berbeda antara media satu dengan lainnya. Manajemen menurut Prasetyanti dijelaskan sebagai strategi, cara atau metode yang digunakan untuk mengatur berita oleh sebuah media sebelum didistribusikan kepada khalayak dengan memanfaatkan organisasi redaksi (Akmal, 2017). Teguh Trianton (2016) menjelaskan bahwa manajemen redaksi merupakan proses menghasilkan produk media massa dengan penerapan dari fungsi-fungsi manajemen pada bidang jurnalistik yaitu melalui tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang berkorelasi dengan proses peliputan, penulisan, sampai pada penyuntingan (*editing*) dan *layout*.

Manajemen redaksional yang baik wajib dibuktikan lewat struktur organisasi media massa yang solid. Dalam hal ini struktur manajemen harus memperlihatkan kepercayaan yang bersifat formal dan kecakapan antarbidang yang bersifat fungsional (*authority*), dan juga kecakapan personal. Oleh karena itu, dalam organisasi individu-individu yang terlibat wajib dapat memajemen pribadinya masing-masing. Manajemen pribadi jurnalis antara lain perencanaan kegiatan, pengorganisasian kegiatan, pelaksanaan kegiatan, evaluasi kegiatan dan pengawasan dengan

memanfaatkan waktu seefektif dan seefisien mungkin sesuai *job description* yang tegas dan jelas (Trianton, 2016).

3. Tahapan Manajemen Redaksi

Daya tarik dan kekuatan media massa ditentukan dari kualitas produk jurnalistik yang berupa informasi dan berita. Sebelum menyajikan informasi atau berita wajib dibuat melalui tahapan-tahapan yang melibatkan semua bagian yang ada didalam struktur redaksi (Trianton, 2016). Menurut Fajar Junaedi (2014) apabila salah satu atau lebih salah satu fungsi manajemen tidak ada, maka manajemen tersebut tidak akan berjalan dengan baik atau fungsinya.

Tahapan-tahapan dalam manajemen redaksi menurut Teguh Trianton (2016) adalah sebagai berikut.

a. Perencanaan

Perencanaan adalah fungsi atau tahapan pertama dalam aktivitas manajemen dalam membuat dan memutuskan rencana yang akan dilaksanakan untuk meraih tujuan organisasi. Setiap media massa atau media *online* memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga perencanaan setiap industri juga berbeda menyesuaikan karakteristik media tersebut (Ummah, 2021).

Dalam perencanaan berita dimulai dari pencarian dan peliputan berita dengan cara mengadakan rapat bersama dengan seluruh wartawan (redaktur, fotografer, dan *reporter*) untuk membuat proyeksi mengenai berita yang akan diangkat. Rapat proyeksi umumnya akan

dipimpin oleh pemimpin atau wakil redaksi maupun redaktur pelaksana. Proyeksi redaksi dibuat dengan mengacu pada rubrikasi, visi, misi, nilai berita, dan kode etik jurnalistik. Pada rapat tersebut akan ditentukan tema dan jenis tulisan atau berita yang akan diangkat. Wartawan atau *reporter* saat rapat akan mengajukan usulan ide liputan atau tindak lanjut (pengembangan) berita (*running news*) yang sudah ditulis sebelumnya untuk disuguhkan pada edisi mendatang. Perencanaan yang baik akan menghasilkan berita yang baik. Namun prinsip ini hanya berlaku pada berita yang bisa diprediksi (Trianton, 2016).

b. Pengorganisasian

Manajemen pengorganisasian dimaknai sebagai aktivitas penataan struktur organisasi dan sumber daya yang terdapat pada organisasi guna mencapai tujuan organisasi atau perusahaan (Junaedi, 2014). Trianton (2016) menjelaskan bahwa pengorganisasian adalah usaha untuk melaksanakan rencana agar berjalan baik dengan melakukan pemanfaatan sumber daya manusia yang diperlukan. Tujuan dari pengorganisasian yakni untuk membagi kegiatan besar menjadi aktivitas-aktivitas yang lebih kecil. Dengan pengorganisasian akan mempermudah dalam pengawasan dan penempatan individu yang diperlukan untuk melakukan tugas.

Effendy (1996) dan Handoko (2003) dalam Teguh Trianton menerangkan pada manajemen redaksi, pengorganisasian adalah tahapan-tahapan menyusun struktur organisasi bidang redaksi,

pembagian pekerjaan sesuai keahlian dan posisi, penempatan wartawan pada jabatan redaksi (personalia). Penyusunan personalia memiliki fungsi melaksanakan kegiatan redaksi sebagai bagian dari industri media massa.

Dalam pengorganisasian redaksi mencakup empat hal yakni :

- 1) Pengembangan dan perencanaan redaksi
- 2) Penetapan sumber daya dan aktivitas yang diperlukan untuk meraih tujuan redaksi
- 3) Penugasan tanggung jawab redaksi
- 4) Pendelegasian wewenang yang dibutuhkan kepada seseorang untuk melakukan tugas-tugas keredaksian.

Susunan kerja dan personalia pada bagian redaksi yaitu :

- 1) Pimpinan redaksi merupakan seseorang yang berdiri paling depan untuk bertanggung jawab terhadap bidang keredaksian. Baik buruk isi pemberitaan dan kualitas berita bergantung oleh ketelitian pemimpin redaksi dalam memilih dan mencari gagasan atau topik pemberitaan.
- 2) Sekretaris redaksi yaitu orang yang memiliki tanggung jawab untuk membantu pemimpin redaksi dalam hal administrasi keredaksian.
- 3) Redaktur pelaksana (*managing editor*) memiliki tanggung jawab untuk membantu pemimpin redaksi dalam tugas keredaksian.

- 4) Redaktur (*editor*) merupakan seseorang dengan tanggung jawab terhadap isi halaman surat kabar. Umumnya, redaktur dibagi dalam berbagai bidang (politik, hukum, budaya, ekonomi, dan lain-lain) atau redaktur halaman, seperti halaman 1 (umum), 2 (kabupaten), 3 (daerah), 4 (nasional), 5 (opini) dan lain-lain.
- 5) Wartawan (*reporter*) dan fotografer bertugas untuk mencari, mengumpulkan, mendata, serta mengolah informasi menjadi berita untuk dimuat lewat media massa.
- 6) Koresponden (*stringer*) yakni seseorang yang tinggal di daerah yang ditunjuk oleh penerbit pers diluar daerah atau negara untuk melakukan tugas kewartawanannya (Trianton, 2016).

c. Penggerakan

Penggerakan merupakan aksi untuk mengusahakan supaya seluruh anggota organisasi berupaya untuk menjangkau target sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha yang sudah ditetapkan. Penggerakan dimaknai sebagai menggerakkan sumber daya manusia supaya mau bekerja dengan penuh kesadaran secara bersama-sama untuk meraih tujuan yang ingin dicapai secara efektif. Terdapat tiga aktivitas yang dilakukan oleh wartawan yaitu sebagai berikut.

1) Peliputan Berita

Terdapat dua macam peliputan berita yakni sesuai proyeksi dan insidental atau inisiatif wartawan. Peliputan berita berdasar pada proyeksi dilaksanakan lewat proses perencanaan dalam rapat

proyeksi redaksi. Sedangkan peliputan berita insidental dilakukan secara mendadak sebab terjadi kejadian tak terduga.

Terdapat tiga teknik yang dapat dilakukan dalam proses peliputan menurut Syamsul (2005) dalam Teguh Trianton yaitu sebagai berikut.

- i. Reportase, dilakukan dengan cara *reporter* terjun langsung ke lokasi kejadian
- ii. Wawancara, dilakukan dengan cara tanya-jawab dengan informan
- iii. Riset kepustakaan, dilakukan dengan cara *repoter* mengumpulkan data dengan mencari dari klipung koran, internet maupun membaca buku (Trianton, 2016).

2) Penulisan berita

Penulisan berita dilakukan dengan menggunakan unsur berita yang mencakup apa (*what*), siapa (*who*), kapan (*when*), di mana (*where*), mengapa (*why*) dan bagaimana (*how*). Berita yang ditulis diharuskan menyajikan fakta secara apa adanya (*das sein*) bukan laporan mengenai fakta bagaimana seharusnya (*das sollen*). Penulisan berita menggunakan format piramida terbalik yakni disusun secara deduktif agar pembaca lebih mudah untuk menemukan informasi yang diinginkan (Trianton, 2016).

3) Penyuntingan

Penyuntingan disebut juga sebagai *editing* adalah bagian dari pengerjaan hasil liputan. Penyuntingan dilakukan setelah melewati tahap perencanaan, peliputan peristiwa, dan penulisan menjadi informasi. Tujuan dari penyuntingan yaitu untuk melengkapi atau meringkas dan mengantisipasi adanya kesalahan ejaan, struktur tata bahasa dan kesalahan isi berita. Terdapat dua aspek dalam penyuntingan, pertama aspek redaksional yang mencakup pemeriksaan pemilihan kata, kalimat yang logis, tata ejaan, supaya mudah untuk dipahami. Kedua aspek substansial (isi) yang mencakup memperhatikan fakta dan data supaya tetap benar dan akurat, serta agar tulisan mudah dipahami. Orang yang bertugas dalam penyuntingan adalah redaktur. Namun, wartawan yang bersangkutan juga dapat melakukan penyuntingan dengan cara membaca ulang dan memperbaiki bagian yang belum sempurna.

Beberapa hal yang mencakup kegiatan penyuntingan adalah sebagai berikut.

- i. Memperbaiki kesalahan tanda baca, ejaan, angka, tata bahasa, alamat dan nama
- ii. Memperbaiki kesalahan faktual
- iii. Mengetatkan tulisan dengan cara menyingkat tulisan sesuai ruang yang tersedia dan menyatukan kalimat yang menjelaskan fakta-fakta kedalam satu paragraf

- iv. Menyesuaikan naskah dengan gaya surat kabar yang bersangkutan
- v. Menjaga supaya tidak terjadi arti ganda (ambigu), penghinaan (*hate speech*), dan tulisan yang memuakkan
- vi. Membuat berita menarik dengan menulis judul yang bersangkutan
- vii. Melengkapi tulisan dengan bahan-bahan tipografi apabila diperlukan seperti subjudul
- viii. Menuliskan keterangan gambar atau foto dan pekerjaan lain yang berhubungan dengan naskah yang disunting (Trianton, 2016).

d. Pengawasan

Dalam manajemen redaksi, tahapan pengawasan dilakukan untuk mengukur atau mengetahui apakah pelaksanaan bidang kerja keredaksian telah sesuai dengan rencana atau tidak. Tujuan dari tahapan pengawasan adalah agar menjaga isi rubrik supaya tidak keluar dari ruang lingkup atau kaidah jurnalistik. Pengawasan dilakukan dengan melakukan evaluasi dan penyuntingan berita yang akan dipublikasikan. Hasil kerja bidang keredaksian akan disesuaikan berdasarkan konsep berita dan kriteria umum nilai berita yang berlaku secara universal. Artinya berlaku untuk segala jenis media massa termasuk media *online* internet (Trianton, 2016).

4. Ragam Berita

Ana Nadhya Abrar membagi berita menjadi tujuh macam yaitu sebagai berikut.

- a. Berita langsung (*straight news*) merupakan berita yang diciptakan untuk menyampaikan kejadian-kejadian yang perlu diketahui oleh khlayak secepatnya. Sehingga penulisan berita langsung dalam penulisannya menggunakan piramida terbalik agar bagian paling penting berada pada pembukaan berita.
- b. Berita ringan (*soft news*) merupakan berita mengenai peristiwa yang bersifat manusiawi pada sebuah kejadian yang penting. Penulisan berita ini tidak harus berpegang pada piramida terbalik karena bagian yang ditonjolkan adalah unsur menarik perasaan khalayak bukan unsur pentingnya.
- c. Berita kisah (*feature*) merupakan laporan kreatif dan cenderung bersifat subjektif karena memiliki tujuan untuk menyenangkan dan menyampaikan informasi kepada publik mengenai suatu peristiwa, keadaan, atau aspek kehidupan. Berita feature berfokus pada peristiwa yang menyentuh hati pembaca. Letak perbedaan berita kisah dengan berita ringan adalah terletak pada bahan baku. Bahan baku berita kisah bersifat komprehensif, mengandung latar belakang, dan juga menampilkan kecenderungan yang akan terjadi.
- d. Kolom (*column*) merupakan tulisan yang berisi tanggapan seseorang tentang suatu masalah yang sedang menjadi topik hangat dikalangan masyarakat. Tulisan ini adalah opini penulisnya.

- e. Pojok adalah kritik-kritik halus yang dikemas secara singkat pada suatu peristiwa, keadaan, atau kebijaksanaan. Berita ini akan memberikan dampak yang sangat luas pada suatu lingkungan masyarakat tertentu
- f. Tajuk rencana (editorial) merupakan pengungkapan tentang opini dan fakta secara logis, singkat dan menarik dari segi penulisan yang memiliki tujuan mempersuasi pendapat masyarakat. Tajuk rencana berfungsi untuk memaparkan berita, mengisi latar belakang berita yang terpenting, meramalkan masa depan, dan memberi penilaian moral pada suatu peristiwa, kondisi atau kebijaksanaan (Musman & Mulyadi, 2017).

5. Daya Tarik Berita

Menurut Bond dalam Asep Saeful Muhtadi (2016), salah satu faktor yang dapat menarik perhatian pembaca pada umumnya meliputi segala sesuatu yang bisa mempengaruhi dirinya sendiri seperti kebahagiaan, kesehatan kekayaan, sikap, keselamatan, dan perilakunya termasuk eksistensinya secara umum. Sehingga dapat diartikan berita yang menarik ialah berita yang mengandung keterhubungan atau menyangkut persoalan kehidupan pembaca.

Salah satu jalur yang menghubungkan antara minat pribadi dan berita adalah faktor keterkaitan individual. Pembaca atau pendengar secara personal akan lebih menyukai dan menarik perhatian pada topik-topik berita yang memiliki korelasi atau hubungan dekat dan intim, sebab bisa membangkitkan semangat yang kuat.

Faktor gaya penuturan ikut berpengaruh dalam menentukan berita tersebut menarik atau tidak. Sebuah berita dapat menjadi menarik bukan karena fakta yang diangkat melainkan karena penggunaan gaya penuturan yang bisa mempengaruhi minat pembaca. Oleh sebab itu, nilai suatu berita ada pada keahlian penulis dalam mengolah kata dan kalimat sehingga mampu menarik perhatian pembacanya. Dengan permainan kata juga dapat digunakan untuk memanipulasi kesan besar kecilnya suatu kejadian yang dimuat dalam berita, yakni dengan cara membangun kesan yang disusun melalui kata dan kalimat. Hal ini dapat menarik perhatian pembaca karena pada umumnya sesuatu yang kecil atau besar dapat merangsang seseorang untuk ingin tahu lebih dalam (Muhtadi, 2016).

Dalam sudut pandang jurnalistik, Asep Saeful Muhtadi (2016) menjelaskan jika pesan-pesan berita yang berhubungan dengan ukuran kejadian, dibuat dan diinformasikan media massa kepada publik bukan hanya sebagai retorika tetapi salah satu strategi dalam membangun kesan dan menjadi unsur daya tarik pada berita. Pada tingkat tertentu, ketertarikan tersebut akan memberikan implikasi kepada kondisi psikologis para pembacanya. Kesan aktual dan tidak aktual, atau penting dan tidak penting semua merupakan unsur daya tarik berita yang dapat dibuat dengan memanfaatkan permainan kata dan kalimat. Berita yang penting atau tidak dapat diukur dengan *human interest* yaitu berita yang kesannya dibuat dan dibangun oleh media, selain itu pentingnya suatu berita dapat diukur pada norma yang berlaku pada masyarakat.

Beberapa kriteria berita yang baik dan menarik menurut Bruce D. Itule dalam *News Writing and Reporting for Today's Media* adalah sebagai berikut.

a. Ketermasaan dan ketepatan waktu (*timeliness*)

Pembaca selalu menginginkan berita-berita baru, sehingga sifat aktual memberikan nilai tersendiri bagi kualitas berita. *Reporter* memerlukan kepekaan yang tinggi dalam mencari bahan-bahan berita yang relevan dengan pembaca dan pemirsa.

b. Kedekatan (*proximity*)

Berita-berita yang secara geografis dekat dengan para pembacanya akan lebih menarik dan banyak dibaca dibandingkan berita-berita yang jauh dari tempat pembaca berada. Karena berita adalah salah satu rekaman peristiwa yang mampu menghubungkan antara para pembaca dengan peristiwa.

c. Pertentangan (*conflict*)

Suatu pergolakan akan selalu menarik perhatian masyarakat. Konflik yang melibatkan banyak orang dan menyangkut urusan-urusan lembaga serta berkenaan dengan olahraga sering mendapatkan perhatian para pembaca.

d. Keunggulan dan keutamaan (*eminence and prominence*)

Dengan terlibatnya orang-orang penting didalam peristiwa yang sederhana dan tidak luar biasa bisa merubah menjadi suatu berita yang layak.

e. Konsekuensi dan pengaruh (*consequence and impact*)

Berita yang diberikan mampu memberikan dampak perubahan sikap dan perilaku untuk para pembaca atau penontonnya. Seorang reporter harus bisa memperkirakan dampak atau efek yang akan diakibatkan dari hasil tulisan liputannya yang dipublikasikannya. Berita yang baik ialah berita yang mempunyai target dan sasaran tertentu seperti untuk siapa berita dimuat, serta perubahan apa yang akan didapat dari berita tersebut.

f. Minat insani (*human interest*)

Pada kenyataannya para pembaca koran maupun pemirsa televisi lebih menyukai hal-hal yang menarik dan unik. Berita yang memiliki aspek *human interest* tidak selalu harus terlihat seperti berita pada umumnya. Aspek minat insani lebih berhubungan dengan isi pesan berita dibandingkan dengan cara penyampaiannya. Selain itu, aspek keteraturan, kerapihan dan keindahan termasuk kedalam daya tarik minat insani. Faktor pengorganisasian cerita menentukan pula daya tarik sebuah cerita. Miller (1962) menyebutkan aspek-aspek objektivitas dan struktur cerita menjadi bagian dari faktor pengorganisasian cerita (Muhtadi, 2016).

Selain itu, terdapat beberapa standar untuk mengukur kualitas berita menurut Charnley dalam Askurifai Baksin (2009) yaitu sebagai berikut.

a. *Accurate* (akurat), artinya semua informasi atau berita yang akan disebarluaskan harus dicek terlebih dahulu ketepatannya

- b. *Properly attributed*, artinya seluruh narasumber atau saksi wajib memiliki kapabilitas untuk memberikan informasi atau kesaksian mengenai yang diberitakan
- c. *Balance and fair*, artinya seluruh narasumber wajib menggali informasi secara seimbang
- d. *Objective*, artinya penulis berita harus objektif sesuai dengan informasi yang diterima dari fakta, narasumber dan realitas
- e. *Brief and focused*, artinya materi berita dibuat secara padat, ringkas dan langsung agar mudah dipahami
- f. *Well written*, artinya kisah berita langsung, menarik dan jelas (Musman & Mulyadi, 2017).

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif. Menurut Nursapia H. (2020) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci saat meneliti pada kondisi objek alamiah. Penyajian data pada penelitian ini menggunakan jenis deskriptif yang akan menggambarkan bagaimana strategi manajemen redaksional yang dilakukan Lampung GEH melalui Instagram dalam meningkatkan *followers* pada tahun 2023.

Paradigma penelitian ini adalah post positivistik. Menurut Nursapia dalam buku Penelitian Kualitatif, paradigma post positivisme merupakan

penelitian yang menempatkan aspek validitas, reliabilitas, dan objektivitas sebagai kriteria kebenaran dalam realitas (Dr. Nursapia Harahap, 2020).

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini yaitu strategi manajemen redaksional Lampung GEH di Instagram dalam meningkatkan *followers* tahun 2023.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan diteliti adalah Lampung GEH *Office & Store* yang bertempat di Perumahan Raja Ratu Residence 2, Jl. Pengiran Yang Tuan, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35136.

4. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2022 hingga Juli 2023.

5. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif informan merupakan subjek yang diharapkan dapat memberikan informasi tentang berbagai informasi yang sedalam dalamnya, seluas luasnya dan mendetail (Dr. Nursapia Harahap, 2020). Adapun kriteria informan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Orang yang bertanggung jawab dan memiliki wewenang atas kegiatan redaksional Lampung GEH
- b. Orang yang memahami *strategic planning* Lampung GEH
- c. Orang yang terlibat dalam proses pembuatan konten Instagram Lampung GEH

6. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data primer dari sumber pertama atau objek penelitian. Cara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data primer adalah dengan teknik wawancara. Untuk membantu menyelesaikan masalah yang diteliti, peneliti menggunakan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi, *literature*, artikel, serta situs internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tak terstruktur (Dr. Nursapia Harahap, 2020). Jenis wawancara dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Nursapia H. menjelaskan bahwa wawancara semi terstruktur meskipun *interview* sudah diarahkan oleh sejumlah daftar pertanyaan tidak tertutup kemungkinan memunculkan pertanyaan baru yang idenya muncul secara spontan sesuai dengan konteks pembicaraan yang dilakukannya. Narasumber atau informan dalam penelitian Strategi Manajemen Redaksional Instagram Lampung GEH Instagram, diantaranya :

- 1) Direktur dan *Founder* Lampung GEH selaku orang yang bertanggung jawab pada kegiatan manajemen redaksional yang ada pada Instagram Lampung GEH.

- 2) *Chief Content Officer* Lampung GEH, selaku orang yang bertanggung jawab pada keseluruhan konten yang ada pada Instagram Lampung GEH.
- 3) *Graphic Designer* Lampung GEH, selaku orang yang terlibat dalam pembuatan konten-konten yang ada pada Instagram Lampung GEH.

Alat bantu yang akan digunakan untuk memperlancar proses penelitian dalam memperoleh informasi adalah *interview guide*.

a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengambilan data sekunder sebagai pelengkap dari teknik wawancara. Dokumentasi dapat berupa tulisan mengenai catatan peristiwa dimasa lalu ataupun dokumen lain seperti catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, cerita dan peraturan yang memiliki korelasi dengan permasalahan yang diteliti (Amtai Alaslan, S.IP., 2021). Selain itu ada berbagai dokumen lain seperti teks (berupa bacaan, rupa rekaman audio, maupun berupa audio visual). Data yang dikumpulkan pada teknik ini meliputi, *logbook content* Lampung GEH dan hal-hal lain yang mendukung penelitian.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pola analisis Miles dan Hubberman dalam Yusuf yaitu :

a. Reduksi data

Reduksi data menunjuk kepada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan dan pemisahan data dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.

b. Penyajian data

Penyajian dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun dan dapat ditarik kesimpulan.

c. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan menuntut verifikasi oleh orang lain yang ahli dalam bidang yang diteliti. Luas lengkapnya catatan lapangan, jenis metodologi yang digunakan dalam pengolahan data, serta pengalaman peneliti akan memberi warna pada kesimpulan (Yusuf, 2014).

8. Validitas Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pengumpulan data dari informan dan sumber yang berbeda untuk mengumpulkan data yang sama sehingga data yang diperoleh mendapat kebenaran dan saling melengkapi satu sama lain. Untuk menguji validitas data pada penelitian ini peneliti akan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan dan memeriksa kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Pada penelitian ini peneliti akan hanya menggunakan tahapan membandingkan data hasil wawancara dan data dokumen yang berkaitan.