



Komunikasi Interpersonal Pemimpin Redaksi Radar Mojokerto dalam Manajemen Krisis Media Online

Nelly Fitri Dwiyantri¹, Umami Kulsum^{2*}, Fitri Adelia Pratiwi³, Dina Kurniawati⁴
Muhammad Syaiful Rizal⁵

¹⁻⁵ Ilmu Komunikasi, FISIB, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Alamat: Jl. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan, Jawa Timur (69162)

Korespondensi penulis: kultummi014@gmail.com *

Abstract. *This study aims to reveal the role of interpersonal communication by the editor-in-chief in crisis management within the online media outlet Radar Mojokerto. In the midst of the fast-paced digital information flow and increasing public scrutiny, local media are expected not only to deliver news quickly but also accurately and responsibly. This research adopts a descriptive qualitative approach using in-depth interviews, participatory observation, and documentation techniques. The findings show that the editor-in-chief plays a central role in maintaining newsroom stability through strategic interpersonal communication, including direct guidance in editorial meetings, mentoring for junior journalists, and utilizing digital data to address content shortages. Interpersonal communication effectively accelerates decision-making, sustains team motivation, and minimizes misunderstandings under pressure. With a solution-oriented and responsive leadership approach, the editor-in-chief is able to uphold the media's credibility while fostering a supportive work environment. These findings offer practical contributions for local media in developing effective communication strategies to manage crises in the digital era.*

Keywords: *interpersonal communication, crisis management, online media*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap peran komunikasi interpersonal pemimpin redaksi dalam manajemen krisis media online di Radar Mojokerto. Di tengah arus informasi digital yang cepat dan tekanan publik yang tinggi, media lokal dituntut tidak hanya menyajikan berita secara cepat, tetapi juga akurat dan bertanggung jawab. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemimpin redaksi memainkan peran sentral dalam menjaga stabilitas tim redaksi melalui komunikasi interpersonal yang strategis, seperti pengarahan langsung dalam rapat redaksi, pendampingan terhadap wartawan baru, serta penggunaan data digital untuk mengisi kekurangan berita. Komunikasi interpersonal terbukti mempercepat pengambilan keputusan, menjaga motivasi kerja, dan mengurangi kesalahpahaman di tengah tekanan. Dengan pendekatan yang solutif dan responsif, pemimpin redaksi mampu mempertahankan kredibilitas media sekaligus membentuk budaya kerja yang suportif. Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi media lokal dalam mengembangkan strategi komunikasi efektif untuk menghadapi krisis di era digital.

Kata kunci: komunikasi interpersonal, manajemen krisis, media online

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia komunikasi massa, termasuk dalam praktik jurnanisme. Munculnya media online menjadi peran penting dalam transformasi industri pers, di mana kecepatan informasi menjadi nilai utama. Masyarakat kini semakin mengandalkan media online untuk memperoleh informasi terkini secara real time dan dapat diakses di mana saja. Namun, kemudahan ini juga di hadapkan dengan risiko, salah satunya adalah meningkatnya potensi penyebaran informasi yang tidak akurat, berita palsu (hoaks), serta tekanan sosial dari publik yang responsif dan kritis terhadap setiap konten yang dipublikasikan.

Dalam konteks ini, media online dituntut untuk tidak hanya menyajikan informasi secara cepat, tetapi juga akurat dan bertanggung jawab. Ketika terjadi kesalahan dalam pemberitaan, seperti ketidaktepatan pada fakta, bias narasi, atau adanya pihak yang merasa dirugikan oleh isi berita, media akan dihadapkan pada situasi krisis. Situasi krisis tersebut, jika tidak ditangani dengan cepat dan tepat, dapat merusak reputasi dan kepercayaan publik terhadap media yang bersangkutan. Oleh karena itu, setiap media online perlu memiliki sistem manajemen krisis yang andal, termasuk strategi komunikasi yang efektif dalam merespons dan mengatasi krisis tersebut.

Pada hakikatnya komunikasi adalah suatu proses pertukaran pesan baik secara verbal maupun non verbal antara komunikator dengan komunikan guna untuk mempengaruhi atau mengubah tingkah laku seseorang (Fransisco, Sutikno, and Adriana 2023). Salah satu komponen penting dalam manajemen krisis media ini adalah komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pemimpin redaksi sebagai figur sentral di dalam tim redaksi. Pemimpin redaksi memegang peran penting dalam memastikan alur komunikasi di dalam tim tetap berjalan dengan lancar, khususnya dalam situasi penuh tekanan seperti krisis. Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pemimpin redaksi mencakup upaya membangun kepercayaan dengan anggota tim, menyampaikan instruksi secara jelas, menjaga motivasi kerja, serta menanggapi konflik atau perbedaan pendapat dengan bijak.

Menurut (Nasar et al. 2023). Pemimpin redaksi memegang tanggung jawab utama atas seluruh isi publikasi media cetak sesuai dengan undang-undang pers utama. Dengan adanya tanggung jawab ini gunanya jika ada kesalahan dari segi pembuatan berita ini, maka pimpinan redaksi akan bertanggung jawab atas tuntutan hukum dari berita yang di muat. Dan tentunya hal ini juga menyangkut wewenang dari pimpinan redaksi untuk mengarahkan secara individual kepada jurnalis maupun reporter. (Ismaniyah, 2012)

Dalam proses manajemen krisis, komunikasi interpersonal memiliki nilai strategis. Tidak hanya berfungsi sebagai media koordinasi internal, tetapi juga sebagai jembatan dalam membangun solidaritas dan semangat kolektif dalam kalangan jurnalis dan staf redaksi. Komunikasi interpersonal yang efektif dapat mempercepat pengambilan keputusan, meminimalkan kesalahpahaman, serta menciptakan suasana kerja yang mendukung pemulihan dari krisis. Sebaliknya, komunikasi yang buruk justru dapat memperkeruh krisis dan menimbulkan disorganisasi internal yang berpotensi melemahkan respons media terhadap situasi yang terjadi.

Radar Mojokerto, sebagai salah satu media lokal yang cukup aktif di wilayah Mojokerto dan sekitarnya, memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat setempat. Di tengah dinamika sosial yang cepat berubah, media seperti Radar Mojokerto juga berisiko mengalami krisis, baik akibat kesalahan dalam isi pemberitaan maupun karena tekanan dari pihak-pihak eksternal yang merasa tidak puas dengan cara media menyajikan isu tertentu. Dalam menghadapi situasi seperti ini, kepemimpinan redaksi menjadi kunci, khususnya dalam membangun komunikasi yang kuat di dalam tim redaksi agar bisa merespons tekanan dengan efektif dan tetap menjaga kepercayaan publik.

Studi mengenai komunikasi interpersonal dalam konteks manajemen krisis media lokal masih tergolong terbatas, terutama di daerah-daerah di luar pusat kota besar. Padahal, media lokal juga memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik dan menjaga stabilitas informasi di daerahnya masing-masing. Oleh karena itu, penting untuk menelusuri lebih dalam bagaimana praktik komunikasi interpersonal diterapkan oleh pemimpin redaksi dalam menghadapi situasi krisis media, termasuk pendekatan, strategi, serta tantangan yang dihadapi.

Melalui penelitian ini, penulis berupaya mengungkap bagaimana pemimpin redaksi Radar Mojokerto membangun komunikasi interpersonal yang mendukung proses manajemen krisis dalam lingkungan redaksi. Fokus utama penelitian diarahkan pada bentuk komunikasi yang dilakukan, respons tim terhadap gaya kepemimpinan tersebut, serta bagaimana komunikasi interpersonal dapat menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan kredibilitas media online di tengah situasi krisis.

Dengan mengkaji aspek komunikasi interpersonal dalam konteks ini, diharapkan hasil penelitian tidak hanya memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi organisasi dan manajemen krisis, tetapi juga bermanfaat secara praktis bagi para praktisi media, khususnya pemimpin redaksi media lokal, dalam meningkatkan kualitas komunikasi dan pengambilan keputusan saat menghadapi tantangan krisis yang kompleks di era digital

2. KAJIAN TEORITIS

A. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi menjadi hal yang vital untuk kehidupan manusia dalam bermasyarakat. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa lepas dengan komunikasi. Menurut Dr. Everett Kleinjan, komunikasi merupakan sama halnya dengan bernafas, sepanjang manusia ingin hidup maka ia perlu berkomunikasi. Keberlangsungan komunikasi terjadi apabila terdapat pesan yang disampaikan dan umpan balik yang diberikan dari penerima pesan (komunikan) yang diterima langsung oleh pengirim pesan (komunikator), Supratiknya dalam (Juli and Sulistyowati 2023).

Secara singkat komunikasi merupakan proses pertukaran pesan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan untuk mencapai tujuan tertentu.

Komunikasi Interpesonal atau komunikasi antarpribadi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih dengan memberikan efek dan beberapa umpan balik langsung. Secara umum, komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran pesan yang terjadi antara dua orang atau lebih secara langsung, biasanya dalam situasi tatap muka. Dalam komunikasi ini, setiap individu yang terlibat tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga saling memengaruhi satu sama lain, baik dalam hal persepsi, sikap, maupun respons yang diberikan baik secara verbal ataupun non-verbal (Mulyana and Phd 2022). Salah satu bentuk spesifik dari komunikasi interpersonal adalah komunikasi diadik, yaitu komunikasi yang berlangsung secara langsung antara dua individu dalam interaksi yang bersifat personal dan intensif. Bentuk komunikasi ini memungkinkan adanya pertukaran makna yang lebih mendalam serta membangun hubungan yang erat antarpartisipan karena adanya keterlibatan emosional dan perhatian penuh dari masing-masing pihak.

Komunikasi Interpersonal bukan sekedar rangkaian rangsangan-tanggapan, stimulus-respon, melainkan kesatuan proses saling menerima, penyerahan, dan penyampaian tanggapan yang diolah masing-masing pihak (Mulyana and Phd 2022). Komunikasi interpersonal memiliki peran mengubah dan mengembangkan. Melalui interaksi dalam komunikasi, perubahan akan terjadi dengan memberi inspirasi, semangat dan dorongan agar dapat mengubah pemikiran dan perasaan sesuai dengan topik interaksi, Alo Liliwari dalam (Usman and Patminingsih 2023). Hubungan komunikasi interpersonal akan efektif apabila terdapat sikap saling terbuka, sikap percaya, sikap mendukung, dan menghargai.

B. Manajemen Krisis

Perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan adalah semua bagian dari proses manajemen. Proses ini memungkinkan anggota organisasi untuk menggunakan sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi (Hasmawati, 2019). Dalam beberapa kasus, manajemen juga dapat didefinisikan sebagai seni untuk melakukan sesuatu dengan bantuan orang lain. Tujuan manajemen seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan manajemen.

Manajemen komunikasi sebagai *core element* dapat mengoptimalkan berbagai sumber daya yang dimiliki organisasi. Dengan kata lain manajemen komunikasi menjadi *booster factor* (faktor pendorong) bagi kinerja organisasi dalam rangka mencapai tujuannya (Sahputra, 2020). Tujuan utama manajemen komunikasi adalah pemanfaatan optimal sumber daya manusia dan

teknologi untuk meningkatkan dialog dengan orang lain. Manajemen komunikasi sangat mirip dengan interaksi sosial. Ada kalanya kita harus mampu memosisikan diri dengan tepat dalam situasi tertentu, dan kita juga harus mampu berinteraksi dan bekerja sama dengan orang lain tanpa memasukkan masalah pribadi mereka ke dalamnya (Hasmawati, 2019).

Krisis adalah kondisi atau situasi yang ditandai oleh perubahan tiba-tiba dan serius dalam berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, politik, atau lingkungan, yang dapat mengancam stabilitas, kesejahteraan, atau kelangsungan hidup individu, kelompok, atau bahkan masyarakat secara keseluruhan. Sering dianggap sebagai periode yang penuh ketidakpastian, ketegangan, dan potensi kerusakan yang besar, krisis memberikan persepsi tersendiri karena tidak diprediksi dan dapat mengancam tujuan yang telah dibuat oleh para pemangku kepentingan, seperti masalah kesehatan, keselamatan, ekonomi, dan hal-hal lain yang memengaruhi kinerja organisasi. Dengan demikian krisis sering dipersepsikan sebagai hal yang dapat memberikan *output negative* bagi organisasi. Namun demikian krisis dapat diprediksi juga sebelumnya, terutama bagi organisasi yang bijak dalam mensikapi krisis yang menyimpannya

Di era yang penuh tantangan ini, manajemen krisis sangat penting untuk kesuksesan dan kelangsungan organisasi. Organisasi dari berbagai sektor dan industri dihadapkan pada berbagai risiko, mulai dari bencana alam hingga masalah reputasi yang sensitive. Pengenalan praktik manajemen krisis menjadi semakin mendesak, mengingat dampak yang dapat ditimbulkan jika tidak ditangani dengan baik (Kahardja, 2022) dalam (Faustyna 2024). Dalam manajemen komunikasi krisis, penting untuk menyediakan informasi yang akurat, termasuk fakta yang dapat di verifikasi, kepada publik. Ini membantu dalam membangun kepercayaan dan menghindari penyebaran informasi yang salah atau meragukan yang dapat memperparah situasi krisis. Dalam situasi krisis, organisasi tidak hanya harus bergantung pada komunikasi internal mereka juga harus memperhatikan persepsi publik yang terbentuk melalui media sosial. Respon yang lambat atau tidak tepat terhadap masalah yang muncul di media sosial dapat memperburuk keadaan dan merusak reputasi organisasi dalam waktu yang singkat (Kahardja, 2022) dalam (Faustyna 2024). Oleh karena itu, organisasi harus memiliki rencana komunikasi yang jelas dan direncanakan untuk menghadapi krisis yang memasukkan penggunaan media sosial dalam strategi manajemen krisis mereka.

C. Media Online

Media online merupakan salah satu bentuk media komunikasi modern yang berkembang seiring kemajuan teknologi informasi. Menurut Suryawati dalam (Indriyani 2021), media online adalah media komunikasi yang pemanfaatannya bergantung pada perangkat internet. Hal ini sejalan dengan pendapat Vera dalam (Azizah and Jati 2021) yang menyatakan bahwa

media online termasuk dalam kategori media baru yang hanya dapat diakses melalui jaringan internet. Dalam lingkup yang lebih spesifik, media online mencakup seluruh bentuk media massa baik cetak maupun elektronik yang didistribusikan melalui internet, termasuk versi digital dari surat kabar dan siaran televisi daring.

Menurut Mondry dalam (Azizah and Jati 2021) menambahkan bahwa new media atau media baru merupakan media yang berbasis internet, bersifat fleksibel, berpotensi interaktif, dan mampu berfungsi secara privat maupun publik. Media ini tidak hanya menawarkan saluran komunikasi yang efisien, tetapi juga memungkinkan keterlibatan pengguna secara langsung. Lebih lanjut, media baru dikategorikan sebagai alat perantara komunikasi yang tergolong baru jika ditinjau dari aspek waktu, manfaat, proses produksi, dan pendistribusiannya. Jenis-jenis media baru meliputi situs web, blog, forum daring, serta jejaring sosial online (Fachruddin, 2019: 39) dalam (Azizah and Jati 2021)

Dalam karakteristiknya, media online juga memiliki keunikan tersendiri. Menurut Suryawati dalam (Indriyani 2021), media ini bergantung pada perangkat komputer dan membutuhkan pengetahuan dasar tentang program komputer agar dapat mengakses informasi atau berita secara optimal. Selain itu, media online memiliki keunggulan dalam hal pembaruan informasi yang bersifat real time, dengan penyajian yang sederhana dan aksesibilitas yang tinggi di berbagai tempat dan waktu (Suryawati, 2014: 46) dalam (Azizah and Jati 2021).

D. Pers

Dalam pengertian yang luas, pers mencakup seluruh bentuk penerbitan, termasuk media elektronik seperti radio dan televisi. Sementara itu, dalam makna yang lebih sempit, pers hanya merujuk pada media cetak seperti surat kabar, majalah, dan buletin yang diterbitkan oleh kantor berita. Di era modern saat ini, pers memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Secara etimologis, istilah "pers" berasal dari bahasa Inggris "press," yang berarti menekan atau mesin cetak. Dalam konteks ini, press diartikan sebagai alat pencetak yang menghasilkan karya-karya tulis dalam bentuk cetakan di atas lembaran kertas.

Menurut Kustadi Suhandang dalam (Iramdhan, 2019) pengertian Pers adalah seni atau keterampilan dalam mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita mengenai peristiwa yang terjadi sehari-hari, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya. Menurut Frederich S. Siebert pengertian pers adalah semua media komunikasi massa yang memenuhi sebuah persyaratan publisistik ataupun tidak dan juga media komunikasi massa yang memenuhi persyaratan publisistik yang tertentu.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan proses komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Pemimpin Redaksi Radar Mojokerto saat menangani masalah manajemen krisis media online. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami makna dari perspektif subjek penelitian dan konteks sosial di mana tindakan komunikasi terjadi. Menurut Moleong dalam (Malahati et al. 2023), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dan holistik melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif, bukan angka. Hal ini diperkuat oleh Sugiyono dalam (Anak, 2021) yang menyatakan bahwa pendekatan kualitatif cocok digunakan ketika peneliti ingin memahami perilaku manusia dalam konteks sosial yang kompleks.

Penelitian ini dilaksanakan di kantor redaksi Radar Mojokerto, sebuah media lokal berbasis online yang beroperasi di wilayah Mojokerto, Jawa Timur. Waktu penelitian dilaksanakan selama bulan Mei hingga Juni 2025. Subjek dalam penelitian ini adalah Pemimpin Redaksi Radar Mojokerto. Informan pendukung terdiri dari staf redaksi, jurnalis, dan pihak manajemen yang terlibat langsung dalam penanganan krisis media. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yakni dipilih berdasarkan peran, posisi, dan keterlibatan langsung dalam komunikasi dan pengambilan keputusan selama krisis.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara mendalam dan semi-terstruktur untuk memperoleh informasi tentang strategi komunikasi interpersonal dan pengalaman Pemimpin Redaksi dalam menghadapi krisis. Observasi dilakukan secara langsung terhadap interaksi di lingkungan kerja redaksi, khususnya dalam situasi yang berkaitan dengan penanganan krisis. Observasi dilakukan secara partisipatif-moderat, di mana peneliti turut berada di lingkungan kerja namun tidak terlibat langsung dalam aktivitas redaksional. Teknik ini digunakan untuk menangkap dinamika komunikasi interpersonal yang tidak tertangkap melalui wawancara.

Arsip pemberitaan, notulensi rapat, email redaksi, dan catatan manajemen selama krisis berlangsung adalah contoh data sekunder yang dikumpulkan melalui dokumentasi. Informasi yang dikumpulkan dari dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi dan mengkonfirmasi informasi yang diperoleh dari wawancara dan temuan. Sebagaimana diungkapkan oleh Bowen dalam (Sholeh 2023), analisis dokumen memberikan konteks dan triangulasi yang dapat memperkuat validitas data dalam penelitian kualitatif. Data direduksi dengan memilih dan menyederhanakan informasi yang relevan. Untuk mempermudah interpretasi, data disajikan dalam bentuk tabel tematik dan naratif. Langkah terakhir adalah membuat kesimpulan

berdasarkan pola komunikasi yang diidentifikasi. Penelitian ini membandingkan data dari observasi, dokumentasi, dan wawancara untuk memastikan keabsahan data. Selain itu, member check juga dilakukan untuk memastikan bahwa interpretasi data informan utama sesuai dengan keadaan sebenarnya. Menurut Creswell dalam (Apriyadi 2022), triangulasi dan member check merupakan teknik validasi data yang penting dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan kredibilitas dan akurasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam dunia jurnalistik, peran pemimpin redaksi tentunya sangat krusial dalam mengarahkan proses peliputan berita agar berjalan dengan efektif, terstruktur dan dapat menghasilkan berita yang berkualitas. Hal ini tentunya akan menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh pemimpin redaksi, dengan bagaimana seorang pemimpin dapat mengarahkan dengan menjelaskan beberapa aturan atau strategi yang biasa di gunakan oleh seorang wartawan ketika hendak turun ke lapangan.

A. Manajemen krisis penentuan target berita

Tentunya terdapat beberapa proses yang akan di jalankan oleh seorang pemimpin redaksi untuk mengatur sebuah tim maupu individual yang akan terjun langsung dalam peliputan. Proses ini diawali dengan rapat redaksi yang di laksanakan setiap hari atau sesuai dengan kebutuhan redaksi tersebut. Dalam rapat redaksi tersebut tentunya pemimpin redaksi bersama tim akan mendiskusikan apa saja topik atau isu aktual yang layak untuk diliput, berdasarkan trend media, topik yang paling banyak disukai pembaca hingga perkembangan situasi terkini. Setelah topik di tentukan wartawan akan di bekali dengan informasi awal yang relevan, termasuk data pendukung, latar belakang isu, dan sudut pandang atau angle yang akan di tekankan. Hal ini sesuai dengan kutipan dari hasil wawancara langsung dengan bapak Imron Arlado selaku pemimpin redaksi:

“Wartawan yang turun ke lapangan itu harus dengan membawa data, dimana data itu bisa di dapat? Hasil dari rapat redaksi, ketika ada rapat redaksi ada isu yang berkembang. Lalu tugas dari pemimpin redaksi memberi arahan dengan membagi pos masing-masing kepada wartawan sesuai dengan isu yang timbul, semisal ada isu politik yang sedang terjadi maka wartawan yang di tunjuk sesuai dengan ranah isu tersebut, dan tugas wartawan selanjutnya yaitu mengkonfirmasi ulang dengan pihak instansi untuk dimintai wawancara tersebut”. (Wawancara, 4 Juni 2025)

Begitupun pemilihan wartawan juga menjadi keputusan yang strategis dimana pemimpin juga menyesuaikan dengan keahlian, pengalaman serta jaringan narasumber yang dimiliki oleh

masing-masing wartawan. Wartawan yang di tunjuk kemudian membawa data hasil rapat sebagai bahan acuan utama dalam keberlangsungan liputan, untuk mencari narasumber yang kredibel dan konfirmasi ulang terkait akurasi informasi tersebut. Dalam peliputan isu yang cukup besar, satu objek berita ini dapat di kerjakan oleh beberapa orang yang nantinya akan terbagi menjadi beberapa jobdesk ketika liputan sedang berlangsung, seperti menjadi reporter lapangan, penulis feature, dan fotografer guna untuk mendapatkan liputan yang lebih mendalam dan menyeluruh. Penjelasan ini sesuai dengan hasil wawancara dari selaku pemimpin redaksi yang menjelaskan hal ini:

“Selanjutnya wartawan ini harus mencari narasumber kunci dari kasus tersebut, ketika ada isu kasus dugaan korupsi pada sebuah proyek pembangunan wartawan ini harus mencari narasumber siapa pihak ke tiga yang menggarap proyek. Lalu juga ada wartawan politik yang akan terjun untuk klarifikasi dan mengkonfirmasi hal ini kepada pihak penegak hukum yang bertujuan untuk mencari tau bagaimana langkah dari pihak kepolisian dalam menangani hal tersebut. Jadi satu objek berita dapat di kerjakan oleh banyak orang dengan pembagian sesuai kebutuhan isu yang diliput tersebut”.
(Wawancara, 4 Juni 2025)

Jadi strategi yang diambil oleh peran pemimpin redaksi ini sangat penting dalam keberlangsungan liputan, karena menunjukkan pentingnya saling berkoordinasi untuk menjaga kualitas dan kecepatan dalam memproduksi berita di tengah dinamika media yang serba cepat.

B. Manajemen krisis kualitas berita

Kualitas berita menjadi faktor penting yang harus diperhatikan saat menyusun informasi sebuah berita. Pemimpin redaksi Radar Mojokerto memiliki pendekatan unik untuk memberikan informasi yang berkualitas tinggi, bergantung pada komunikasi langsung dan struktural dengan para wartawan. Berdasarkan hasil wawancara, pemimpin redaksi menyampaikan bahwa proses editorial selalu diawali dengan penyaringan informasi. Hal ini dimaksudkan agar setiap informasi yang akan disampaikan kepada publik telah melewati tahap verifikasi dan pertimbangan etis. Sebagaimana disampaikan oleh narasumber:

“Sebelum mengeluarkan berita butuh beberapa tahap, yang pertama mendengar isu di luar yang menarik dan berpotensi. Hal ini disebut sebagai tahap penyaringan. Setelah itu diadakan rapat redaksi, disini akan dipilah mana berita yang layak diangkat ke publik.” (Wawancara, 2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa komunikasi antara tim wartawan dan pemimpin redaksi dilakukan secara bertahap dan sistematis. Setelah proses penyaringan, pemimpin redaksi mengadakan pertemuan internal dengan tim redaksi. Semua informasi yang dianggap penting atau sensitif didiskusikan dalam rapat untuk menentukan apakah layak dipublikasikan atau tidak. Rapat redaksi memungkinkan pertukaran pandangan secara langsung, yang membuatnya menjadi bagian penting dari komunikasi interpersonal. Disinilah pemimpin redaksi menyampaikan instruksi, memberi penekanan terhadap akurasi berita, serta menjaga agar pemberitaan tidak memperburuk situasi krisis yang sedang berlangsung. Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal yang dilakukan memiliki sifat koordinatif dan sekaligus persuasif.

Setelah rapat redaksi mencapai kesepakatan, wartawan dapat melanjutkan ke tahap produksi konten. Proses ini menunjukkan betapa pentingnya manajemen komunikasi yang tepat dalam menghadapi krisis media online. Pemimpin redaksi melakukan banyak hal, termasuk membuat keputusan dan membantu membuat lingkungan redaksi menjadi tempat yang sehat untuk berbicara satu sama lain. Oleh karena itu, kutipan wawancara menunjukkan bahwa pemimpin redaksi Radar Mojokerto menggunakan komunikasi interpersonal untuk menjaga kualitas informasi dan menghadapi tantangan krisis secara strategis.

C. Manajemen krisis deadline berita

Setiap media pers baik online maupun cetak memiliki kualifikasi dan peraturan yang ditetapkan untuk menjadikan media tersebut unggul. Berdasarkan wawancara, Radar Mojokerto sendiri memiliki target minimal empat berita yang disuguhkan kepada khalayak. Dalam proses produksi berita, krisis yang berkaitan dengan pencapaian target dan pemenuhan tenggat waktu kerap kali menjadi tantangan yang signifikan bagi organisasi media. Ketidaksiharian antara agenda redaksional dan implementasi di lapangan dapat terjadi karena berbagai faktor, seperti keterbatasan tenaga profesional, gangguan teknis, atau minimnya sinergi antar bagian dalam struktur redaksi.

Kondisi ini berdampak langsung pada terganggunya arus kerja redaksi secara menyeluruh, yang pada akhirnya menghambat proses distribusi informasi kepada khalayak. Ketika media gagal menyajikan berita secara tepat waktu dan akurat, kepercayaan publik pun dapat terkikis. Oleh karena itu, pengelolaan waktu, koordinasi yang solid, serta efisiensi kerja tim menjadi elemen krusial dalam menjaga reputasi dan kualitas pemberitaan di tengah tekanan dinamika industri media digital. Berdasarkan krisis manajemen tersebut diperlukan solusi untuk memecahkan permasalahan yang terjadi. Dalam upaya mengatasi permasalahan tersebut

Saudara Imron Arlado selaku Pimpinan Redaksi menjelaskan dalam wawancara sebagai berikut:

“Kami memiliki standar minimal berita dalam satu hari yakni empat berita setiap reporter yang wajib publish pada hari itu juga, beban berita menjadi tanggung jawab yang wajib dipenuhi oleh setiap wartawan. Hal ini kerap menjadi isu penting yang dirasakan oleh wartawan tentunya dengan kebijakan tersebut, wartawan wajib bisa bekerja dibawah tekanan. Namun apabila wartawan tidak bisa memenuhi minimal berita dalam satu hari, maka selaku pimpinan redaksi saya memberikan ide berita yang bisa diangkat. Radar Mojokerto memberikan deadline pada pukul 7 pagi hingga pukul 8 malam bagi reporter untuk mengangkat berita sehingga dapat diterbitkan pada hari yang sama.

Jadi kesimpulannya kami wajib terbit berita baik cetak ataupun online itu minimal empat berita. Dalam rapat redaksi juga diberikan pandangan berita seperti apa yang harus diangkat pada hari itu sehingga wartawan sedikit banyak sudah mempunyai pandangan. Kami akan saling memberi ide dan masukan apabila berita pada hari itu tidak mencapai target hingga mencapai target yang ditentukan” (Wawancara, 4 Juni 2025).

Mencapai target publikasi berita dengan tenggat tertentu menjadi tanggung jawab yang kerap menjadi permasalahan sendiri bagi wartawan. Berdasarkan wawancara, pimpinan redaksi mengedepankan disiplin kerja dan komitmen wartawan dalam mencapai target berita dengan deadline yang ditetapkan. Wartawan tidak diperkenankan untuk tidak mencapai target berita dalam satu hari. Apabila terdapat wartawan tidak mampu mencapai target tersebut, langkah yang diambil Imron Arlado sebagai Pimpinan Redaksi yakni melakukan diskusi dengan wartawan terkait dan memberikan ide atau masukan.

D. Strategi manajemen krisis kekurangan berita

Dalam proses produksi berita, terkadang redaksi menghadapi situasi dimana jumlah berita yang tersedia tidak memenuhi target yang telah ditetapkan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh minimnya peristiwa penting dalam satu hari atau keterbatasan sumber informasi yang tersedia. Menghadapi hal tersebut, pemimpin redaksi memiliki peran penting dalam menentukan strategi untuk mengisi kekosongan konten. Dalam konteks media daring yang memiliki karakteristik real-time, keterlambatan atau kekosongan konten dapat menurunkan tingkat kunjungan dan keterlibatan audiens. Seperti yang diungkapkan oleh pemimpin redaksi bapak Imron Arlado mengenai strategi untuk menghadapi permasalahan tersebut:

“Kalau kita itu hampir disemua media cetak maupun online, acuannya itu Google Trends, ketika hari ini tidak mancapai target berita ya pelototi itu Google Trends apa yang sedang banyak dicari oleh pembaca hari ini, Google Trend itu bisa menjadi tolak ukur apa yang sedang diminati oleh pembaca pencari berita hari ini, itu yang pertama” (Wawancara, 4 juni 2025).

“Yang ke dua itu Google sudah menyediakan google suggest, Google Suggest itu hanya media-media besar yang bisa tertampung di Google Suggest. Jawa pos sudah mulai usul, Kompas, sudah banyak, Tempo juga sudah, jadi jika melihat dari Google Suggest itu semua berita sudah masuk ke Google Suggest atau etalase berita” tambahnya (Wawancara, 4 juni 2025).

Melalui *Google Trends*, redaksi dapat mengetahui topik atau kata kunci apa yang sedang populer dalam kurun waktu tertentu, sehingga memungkinkan mereka untuk menyusun berita berdasarkan minat publik yang actual dan paling sering dicari. Sementara itu, *Google Suggest* memberikan gambaran tentang topik-topik yang sering diketik pengguna saat melakukan pencarian, yang juga bisa dijadikan acuan untuk mencari ide berita yang sedang populer. Selain dengan menggunakan kecanggihan yang disediakan oleh Google, media berita lokal seperti Jawa Pos, Kompas, Tempo, menjadi referensi dalam mendapatkan informasi berita.

Strategi ini menunjukkan bagaimana peran pemimpin redaksi saat ini tidak hanya terbatas pada pengawasan isi berita, tetapi juga mencakup pemanfaatan data digital dalam pengambilan keputusan redaksional. Dengan pendekatan ini, redaksi tetap dapat menjaga ritme produksi berita, sekaligus menyajikan informasi yang relevan dan sesuai dengan tren yang sedang populer di masyarakat.

E. Manajemen krisis motivasi dan semangat kerja

Dalam sebuah perusahaan media, keberadaan pemimpin redaksi sangatlah penting untuk menjaga ritme kerja tim redaksi, khususnya wartawan yang berkecimpung di lapangan. Seorang pemimpin yang bijak tidak hanya dituntut memiliki kemampuan manajerial, tetapi juga memahami dinamika kerja wartawan yang penuh tekanan dan tantangan. Salah satu bentuk kepemimpinan yang membangkitkan semangat kerja ini ditunjukkan oleh Imron Arlado, selaku pemimpin redaksi, yang memaparkan bagaimana ia mendampingi wartawannya dalam membangun motivasi kerja:

"Untuk Menjadi wartawan itu memang penuh tekanan. Hampir 99% wartawan yang saya temui selama ini adalah aktivis saat masih mahasiswa. Mereka terbiasa menjalani kehidupan yang berbeda dengan kebanyakan orang. Jika kehidupan yang umum adalah tidur pukul 9 malam dan bangun subuh, maka wartawan jarang bisa melakukan

itu karena rata-rata aktivis biasanya baru tidur saat orang-orang mulai bangun. Kebanyakan dari mereka adalah aktivis yang terbiasa hidup dalam tekanan dan kondisi yang sangat terbatas.

Saya hampir tidak pernah memberikan motivasi secara langsung, tetapi saya sering memberikan jalan keluar. Misalnya, ketika mereka kesulitan mencari narasumber, saya akan turun tangan untuk meringankan kinerja wartawan. Terus ketika wartawan buntu dengan isu-isu atau berita yang itu-itu saja, paling tidak saya harus turun untuk memberikan ide-ide baru yang bisa mereka tulis. Memberikan masukan saja sih bagi mereka untuk meringankan beban. Kayaknya kalau sudah seperti itu, mereka sudah termotivasi." (Wawancara, 4 Juni 2025).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa bentuk motivasi tidak harus selalu berupa kata-kata penyemangat secara langsung. Pendekatan kepemimpinan yang berorientasi pada solusi dan tanggap terhadap kebutuhan tim lebih efektif dalam membangun motivasi dan semangat kerja. Kehadirannya secara aktif dan memberikan dukungan nyata dapat menciptakan hubungan kerja yang lebih solid dan produktif.

F. Manajemen krisis kode etik

Begitupun tantangan lain yang juga sering dihadapi oleh pemimpin redaksi dalam memberi arahan kepada para wartawan baru ketika hendak melakukan liputan yaitu kurangnya pengalaman atau pemahaman situasi lapangan maupun kode etik jurnalistik secara tepat. Wartawan yang masih dalam tahap pembimbingan sering kali akan mengalami kebingungan dalam menentukan batas antara kepentingan public maupun privasi dari seorang narasumber. Seperti yang telah di jelaskan oleh selaku pemimpin redaksi sebagai berikut:

"Tantangannya lebih ke arahan maupun bimbingan sepertinya lebih sering terjadi ke wartawan yang masih baru. Karena mereka memang masih butuh arahan untuk tau jalur mana saja yang akan di tuju ibaratnya seperti itu. Arahan sampai betul-betul bisa ditunjukkan agar tetap menaati kode etik dalam penyiaran. Jadi dalam memberikan arahan tentunya strateginya yaitu membedakan perlakuan dan tugas bagi wartawan baru dengan wartawan lama. Namun produktifitas ini akan berlangsung sekitar tiga bulan saja setelah itu mereka akan terbiasa oleh aturan dan arahan tersebut maka wartawan baru dan lama sama saja". (Wawancara, 4 Juni 2025)

Jadi tantangan tersebut sangatlah berpengaruh jika pengarahan dari sebuah pemimpin ini tidak kompleks ketika arahan yang di berikan tidak sepenuhnya di paham. Oleh karena itu proses pembimbingan secara intensif dan konsisten sangat di perlukan agar wartawan baru

tidak hanya terampil secara teknis saja, tetapi mampu dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan kode etik jurnalistik.

G. Tantangan terhadap ide dari divisi lain

Dalam menjalankan tugas jurnalistik, hubungan antar divisi dalam sebuah perusahaan media merupakan bagian penting yang ikut memengaruhi kinerja redaksi. Namun, masing-masing divisi memiliki fokus kerja sendiri, dan tim redaksi tetap memiliki tanggung jawab penuh terhadap isi berita yang dimuat. Hal tersebut disampaikan oleh Imron Arlado yang memaparkan bagaimana dinamika kerja di dalam perusahaan media Radar Mojokerto:

“Kalau di Radar Mojokerto hampir nggak pernah ada tantangan dari divisi lain. Mereka sudah sibuk dengan kegiatan masing-masing. Misalnya, bagian layout ya fokus di desain layout, bagian iklan sibuk urus klien dan pemasangan iklan. Yang di bagian keuangan atau manajemen malah tambah repot lagi. Kayaknya mereka memang udah nggak mikir soal konten berita apa yang bakal dikeluarkan redaksi. Tapi, redaksi juga nggak bisa semena-mena mengeluarkan berita. Kita tetap mengacu ke Undang-Undang Pers, Pasal 3 Nomor 40 Tahun 1999. Di situ dijelaskan kalau fungsi pers itu selain sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial, juga sebagai lembaga ekonomi. Nah, fungsi ekonomi ini juga penting dan harus kita jaga. Sederhananya gini, anak-anak yang kerja di bagian iklan itu kan juga bagian dari perusahaan. Tapi, misalnya, perusahaan tempat mereka kerja itu ternyata melakukan PHK massal secara sepihak karena ada pelanggaran itu tetap akan kita beritakan. PHK sih nggak dilarang, tapi kalau dilakukan sepihak tanpa prosedur, itu yang dilarang. Terus, apa yang dilakukan redaksi? Ya, kita tetap akan keluarkan berita soal itu. Tapi narasinya nggak yang meledak-ledak atau memojokkan. Biasanya, bahasa yang awalnya terlalu berapi-api kita ubah jadi lebih sejuk. Karena kita juga menjalankan fungsi pers dari sisi lembaga ekonomi itu tadi.” (Wawancara, 4 Juni 2025).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa redaksi tetap menjaga kemandiriannya dalam menyampaikan informasi, meskipun berada dalam satu perusahaan dengan divisi lainnya. Pemilihan bahasa yang lebih bijak tanpa mengabaikan fakta merupakan strategi untuk menjaga fungsi kontrol sosial dengan tetap mempertimbangkan aspek ekonomi dan hubungan internal perusahaan. Dengan demikian, redaksi tetap dapat menjalankan fungsinya secara profesional tanpa menimbulkan konflik internal yang merugikan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pemimpin redaksi Radar Mojokerto memiliki peran vital dalam menangani berbagai bentuk krisis media online. Melalui pendekatan yang komunikatif, strategis, dan adaptif, pemimpin redaksi mampu menjaga stabilitas kerja tim redaksi, meningkatkan kualitas pemberitaan, serta mempertahankan kredibilitas media di tengah tekanan situasional. Praktik komunikasi seperti diskusi rutin dalam rapat redaksi, pemberian arahan secara langsung, dan penggunaan teknologi digital untuk menyusun konten menjadi bagian dari strategi yang efektif dalam manajemen krisis. Pendekatan kepemimpinan yang tidak hanya memerintah, tetapi juga mendampingi, terbukti mampu membangun solidaritas, meningkatkan semangat kerja, dan mempercepat proses pengambilan keputusan dalam situasi darurat.

Selain itu, komunikasi interpersonal juga membantu menjaga hubungan internal perusahaan dan kehati-hatian dalam menjalankan fungsi kontrol sosial media. Ketegasan dalam menjalankan kode etik, serta kemampuan menyaring dan menyampaikan informasi dengan bahasa yang bijak, menjadi kunci penting dalam menjaga kepercayaan publik. Temuan penelitian ini mempertegas bahwa kepemimpinan redaksi yang komunikatif dan responsif tidak hanya mampu menyelesaikan krisis secara teknis, tetapi juga memberikan dampak positif pada suasana kerja redaksi secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi media lokal lainnya untuk menempatkan komunikasi interpersonal sebagai elemen inti dalam strategi manajemen krisis mereka.

DAFTAR REFERENSI

- Apriyadi, A. (2022). Konseling teknik motivational interviewing di MAN 4 Bantul Yogyakarta: Upaya untuk menguatkan aktualisasi diri siswa. *Counselle: Journal of Islamic Guidance and Counseling*, 2(2), 114–135.
- Azizah, N., & Jati, R. P. (2021). Peran pemimpin redaksi dalam pengelolaan media online Artnesia.id. *PANTAREI*, 5(2).
- Faustyna, F. (2024). Strategi komunikasi krisis public relations digital di TikTok pada Dinas Pariwisata Medan selama pandemi COVID-19: Analisis kasus pengelolaan konten inovatif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(2), 288–307.
- Fransisco, F., Sutikno, A. Y., & Adriana, E. (2023). Peran model kepemimpinan transformasional dalam kesiapan berubah karyawan terhadap efektivitas kinerja karyawan. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(1), 34–47.
- Indriyani, M. (2021). Efektivitas penggunaan media online Tirto.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berita Livi Zheng. *Komunika*, 8(1), 12–18.

- Juli, J., & Sulistyowati, F. (2023). Komunikasi interpersonal antar mahasiswa di asrama sebagai upaya menjaga kesehatan mental. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 1–10.
- Malahati, F., Jannati, P., Qathrunnada, Q., & Shaleh, S. (2023). Kualitatif: Memahami karakteristik penelitian sebagai metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348.
- Mulyana, D., & PhD, M. A. (2022). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nasar, I., Landi, M., Sayekti, S. P., Lestarani, D., Liwa, H. A., Siswati, S., Natu, N. N., Somantri, M., Nap, J. J., & Sesfao, M. (2023). *Dasar-dasar pendidikan dan manajemen pendidikan*. Media Sains Indonesia.
- Sholeh, M. (2023). Resolusi konflik keluarga perspektif teori Murray Bowen dan Jay Halley: Studi kasus masyarakat Sumatera Utara dengan adat 'Dalian Na Tolu.' *Qonuni: Jurnal Hukum dan Pengkajian Islam*, 3(2), 1–15.
- Usman, Y. B., & Patminingsih, A. (2023). Komunikasi interpersonal dalam mencegah konflik antar suku. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(2), 119–231.