

Manajemen Redaksi Media Lokal dalam Pemberitaan Haji

Narayana Mahendra Prastya¹, Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya,
Universitas Islam Indonesia

^{1,2}Kaliurang KM. 14,5, Sleman, Yogyakarta, 55584, Indonesia

²narayana@uii.ac.id¹, ida.dewi@uii.ac.id

Abstrak

Haji merupakan peristiwa yang memiliki nilai berita tinggi, sehingga media massa memberitakan rukun Islam kelima tersebut secara intens, disisi lain tidak setiap tahun media massa dapat memberangkatkan wartawan ke Arab Saudi untuk meliput haji karena ada sejumlah persyaratan yang harus dipenuhi dan pembatasan kuota wartawan peliput di setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Kementerian Agama Republik Indonesia, liputan haji secara langsung cenderung didominasi oleh media level nasional sehingga membuat peneliti tertarik mengetahui bagaimana dengan aktifitas media lokal dalam pemberitaan haji. Tulisan ini bertujuan membahas mengenai manajemen redaksi media massa lokal dalam pemberitaan haji. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terhadap perwakilan redaksi dari empat media lokal yakni Kedaulatan Rakyat Group (Yogyaakarta), Solopos (Solo), Radar Cirebon (Cirebon) dan SuaraNTB (Nusa Tenggara Barat). Hasil penelitian adalah tema berita berkaitan dengan kebijakan pemerintah mengenai haji, persiapan keberangkatan, jadwal kepulangan, dan kondisi jamaah haji asal wilayah tersebut selama berada di Tanah Suci. Narasumber informasi berasal dari otoritas haji di tingkat lokal dan jamaah haji yang berasal dari wilayah yang sama dengan tempat media tersebut berada. Media memanfaatkan relasi dengan jamaah untuk memperoleh informasi secara langsung selama pelaksanaan ibadah haji. Teknik pengumpulan informasi media menggunakan cara liputan langsung utamanya di embarkasi/debarkasi serta kantor otoritas lokal haji di kota masing-masing, menggunakan website resmi Kementerian Agama, dan mengutip dari kantor berita lain.

Kata kunci : *berita haji, manajemen redaksi, media lokal*

Diterima : 15-23-2021

Disetujui : 22-06-2021

Dipublikasikan : 30-06-2021

Local Media Newsroom Management in Hajj News Coverage

Abstract

Hajj is an event that has high news value, so the mass media give intensive reports on it. On the other hand, not every year the mass media can delegate journalists to Saudi Arabia to cover the hajj event, because there are a number of requirements that must be met and quota limitation on the journalist in covering hajj news. Based on the data from Ministry of Religion Republic of Indonesia, there is a trend that the mass media at the national level often get the opportunity to cover Hajj directly. So how about the local media? This paper aims to discuss the editorial management of the local mass media in reporting the hajj. The data collection technique used interviews with editorial representatives from four local media namely Kedaulatan Rakyat

Group (Yogyakarta), Solopos (Solo), Radar Cirebon (Cirebon) and SuaraNTB (West Nusa Tenggara). The research results are the theme of news related to government policies regarding Hajj, preparation for departure, schedule for returning home, and the condition of pilgrims from the region while in the Holy Land. Local media use the local pilgrimage authorities and pilgrims from the same region where the media is located as the news sources. The media use the relationship with the pilgrims to obtain information directly during the haj pilgrimage. Media uses direct coverage, especially in embarkation / debarkation and local Hajj authority offices in each city, citing the official website of the Ministry of Religion, and/or from other news agencies as the news gathering process.

Keywords: *hajj news, local media, newsroom management*

PENDAHULUAN

Haji merupakan peristiwa yang memiliki nilai berita yang tinggi di Indonesia. Selain sebagai negara dengan penduduk Muslim berjumlah hampir 220 juta jiwa atau 12,6 persen dari total populasi orang Islam di seluruh dunia (Tejomukti, 2021), animo masyarakat Indonesia untuk menunaikan rukun Islam kelima tersebut sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari angka jumlah jamaah haji asal Indonesia sejak tahun 2000 selalu melebihi 185 ribu jamaah per tahun, bahkan sempat mencapai 201 ribu jamaah di tahun 2003. Angka tersebut sempat turun di kisaran 154 ribu jamaah pada tahun 2013 dan 2014 akibat adanya renovasi dan pengembangan Masjidil Haram oleh Pemerintah Kerajaan Arab Saudi, sehingga jumlah jamaah harus dibatasi (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2015). Tingginya minat berhaji juga tercermin dari jumlah daftar tunggu haji yang mencapai 3.419.162 orang, dengan masa tunggu secara nasional adalah 17 tahun. Namun apabila masa tunggu tersebut dirinci per daerah maka ada kawawsan di mana calon jamaah haji harus menunggu selama 35 tahun sejak pendaftaran (Tejomukti, 2017).

Banyaknya Muslim Indonesia yang hendak melaksanakan haji menjadikan

informasi seputar haji menjadi kebutuhan yang sangat penting (Supratman, 2020). Kondisi ini menjadikan perjalanan ibadah haji selalu menarik perhatian media massa sebagai bahan liputan, disebabkan karena *pertama*, dewasa ini ibadah haji berada di era mediasi (*hajj in the age of mediation*), yaitu media massa, sehingga hampir mustahil perjalanan haji dipisahkan dari media massa. Malahan para calon haji senantiasa berusaha menarik perhatian wartawan agar aktivitas ibadah hajinya memperoleh liputan dari media massa. *Kedua*, perjalanan ibadah haji dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para hujjaj lazimnya selalu mempunyai nilai berita (Kasman, 2019). Melalui media massa masyarakat dapat mengetahui mengenai hal-hal yang berkaitan dengan haji seperti kebijakan pemerintah, jumlah dana, dan pengelolaan haji (Hadi, 2014), serta liputan langsung dari Tanah Suci seperti jumlah jamaah yang sudah tiba, pemondokan, transportasi, penerbangan, Kesehatan jamaah, cuaca di tanah suci, jumlah jamaah yang wafat, dan liputan-liputan feature seperti makanan khas dan tempat-tempat unik di Tanah Suci (Tim Media Center Haji, 2014).

Pemberitaan seputar haji sudah dilakukan media-media sejak era kolonial Hindia Belanda (Supratman, 2020), awal abad ke-20 (Fikri & Hardi, 2019) dan hingga

saat ini di mana berita haji di Indonesia terkadang menyajikan informasi yang tidak pada esensi haji (Kasman, 2019) dan berita haji dipandang sebagai komoditas, dalam arti media memberitakan haji secara intensif semata karena peristiwa tersebut memungkinkan untuk menarik banyak konsumen media (Hadi, 2015).

Apabila dibandingkan dengan di negara lain, pemberitaan haji di Indonesia cukup masif. Bahkan para jurnalis di negara tuan rumah ibadah haji, yakni Arab Saudi, memandang bahwa haji sebagai peristiwa rutinitas tahunan, sehingga beberapa jurnalis menampilkan berita-berita yang sebelumnya sudah diterbitkan atau ditayangkan, dan hanya sekadar mengganti tanggalnya. Sebagai akibatnya, sejumlah berita tersebut batal dipublikasikan karena basi (Alnajrani et al., 2018).

Fokus tulisan ini adalah manajemen redaksi *media lokal dalam pemberitaan haji pada situasi normal*. Artinya, tulisan ini tidak membahas tentang manajemen redaksi media dalam pemberitaan haji pada konteks waktu atau peristiwa yang spesifik. Fokus ini dapat menjadi perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang membahas cara media di Indonesia memberitakan pelaksanaan haji di masa pandemi Covid-19 (tahun 2020), di mana saat itu haji tetap dilaksanakan, namun khusus untuk orang yang sudah berada di Arab Saudi dalam kurun waktu beberapa bulan sebelum pelaksanaan haji (pemukim). Media di Indonesia baik nasional mau pun lokal tetap memberitakan pelaksanaan ibadah haji tahun 2020 dengan mengandalkan siaran pers dari otoritas berwenang atau menggunakan sumber dari kantor berita.

Ada pun porsi berita tidak sebanyak saat haji pada situasi normal / tidak ada pandemi Covid-19 (Kasman, 2020 : 47-49 ; (Ningsih & Prastya, 2020) .

Masifnya pemberitaan haji di Indonesia sejauh ini didominasi oleh pemberitaan media nasional, karena akses untuk meliput langsung ke Tanah Suci yang cukup terbatas. Untuk meliput ke ibadah haji secara langsung, media di Indonesia perlu bergabung ke tim Media Center Haji (MCH) Kementerian Agama Republik Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Penetapan Hasil Seleksi Calon Anggota MCH tahun 2017 dan tahun 2018, tidak ada satu pun yang merupakan wartawan dari media lokal (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017).

Kehadiran media lokal baru terjadi pada tahun 2019 di mana terdapat dua wartawan dari media lokal – dari total 30 media secara keseluruhan – yang lolos seleksi menjadi anggota MCH, yakni surat kabar *Kedaulatan Rakyat* (Yogyakarta) dan *Waspada* (Medan) (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019). Sementara untuk tahun 2020, hingga tahap Hasil Seleksi Paparan Program Calon Anggota MCH terdapat tiga media lokal – dari total 40 media-- yakni *Radar Tasikmalaya*, *Kedaulatan Rakyat Yogyakarta*, dan *Harian Waspada* (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017)

Bukti lain dominasi media nasional adalah dari buku berjudul “*(Jangan) Panggil Saya Haji: Catatan Haji Jurnalis di Tanah Suci*” (Tim Media Center Haji, 2014) yang berisi catatan pengalaman wartawan meliput haji secara langsung, di mana mayoritas penulis adalah wartawan media nasional.

Minimnya kehadiran wartawan secara langsung di lokasi haji tentu

menjadi tantangan bagi media lokal untuk menyajikan berita haji yang berkualitas dan menarik pembaca. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen redaksi media lokal dalam memberitakan haji, di mana manajemen redaksi mencakup pada aktivitas penentuan tema berita yang didasari pada target khalayak masing-masing media, penentuan sumber daya dan tanggungjawab masing-masing posisi dalam redaksi, teknik peliputan berita, dan platform yang digunakan dalam menyajikan berita, dan faktor pendukung-faktor penghamabat dalam pemberitaan mengenai haji.

KAJIAN PUSTAKA

Media Lokal dalam Pemberitaan Haji

Media lokal adalah jaringan media yang eksis melakukan kegiatan jurnalistik dan berada di lokasi, lokal atau daerah tertentu di daerah provinsi, kabupaten-kota dan umumnya berada di luar kota Jakarta. Media lokal adalah media massa yang memiliki konten bersifat lokal atau khas kedaerahan atau tentang daerah tertentu. Informasi lokal menjadi produk informasi utama dari media lokal, dengan presentase yang besar. Informasi dari daerah lain tetap ada namun dengan porsi yang lebih kecil. Muatan informasi lokal ini merupakan basis bagi pengembangan isu lokal yang ternyata menjadi suatu kebutuhan informasi lokal di daerah masing-masing (Sutrisno, 2011).

Isu lokal dipandang penting dalam kajian manajemen media karena *pertama* aktivitas institusi media dibatasi oleh suatu konteks tertentu yakni konteks politik dan

budaya lokal. *Kedua*, lokal merupakan lokasi di mana praktek konkret media terjadi sehingga di level lokal interaksi antara media dengan audiens berlangsung. Pada konteks yang lebih luas, institusi media berusaha untuk menyesuaikan agar konten lebih sesuai dengan konteks lokal, tujuannya agar konten tersebut dapat diterima oleh audiens di tingkat lokal (Rahayu, 2017).

Terdapat sejumlah tulisan ilmiah mengenai pemberitaan media lokal terkait dengan haji. (Kasman, 2019) membahas mengenai pemberitaan *KompasTV* Makassar mengenai jamaah haji, di mana *KompasTV* Makassar lebih fokus dengan feature mengenai gaya berpakaian jamaah haji suku Bugis saat pulang ke Tanah Air, dibandingkan dengan isu-isu terkait perjalanan ibadah haji itu sendiri.

(Ningsih & Prastya, 2020) membahas tentang kebijakan redaksi media lokal Kedaulatan Rakyat (Yogyakarta) yang tetap memberitakan ibadah haji meski Indonesia tidak keberangkatan jamaah ke Tanah Suci, dengan mengutip pemberitaan dari kantor berita lain ; di samping berita-berita mengenai bagaimana nasib calon jamaah haji selanjutnya dan apa rencana Kemenag RI berkaitan dengan pembatalan pemberangkatan haji.

Pemberitaan haji di media lokal sudah berlangsung sejak zaman kolonial Hindia Belanda. Di masa tersebut, surat kabar di daerah memberitakan mengenai informasi kualitatif berkaitan dengan jumlah jamaah dan kapal, informasi mengenai biaya haji, pengalaman perjalanan jamaah haji, permasalahan yang dihadapi oleh jamaah haji dan kebijakan pemerintah kolonial Belanda dalam mengatur jamaah haji

Indonesia (Supratman, 2020). Contoh lain adalah media Berita Koerai yang terbit di kawasan Nagari Koerai (sekarang Bukit Tinggi, Sumatera Barat) pada awal abad ke-20, di mana salah satu peristiwa yang diberitakan adalah naik haji-nya orang kurai (Fikri & Hardi, 2019).

Manajemen Redaksi Media

Manajemen redaksi adalah proses produksi berita yang dilakukan oleh sebuah media massa. Proses ini secara umum melalui tahap-tahap manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan dengan kegiatan seperti peliputan, penyajian berita, sampai dengan editing (Pareno, 2003). Manajemen redaksional terdiri dari empat tahapan yakni perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan evaluasi. Tahap pertama yakni perencanaan adalah membahas mengenai jenis dan tema berita yang akan disajikan. Tahap kedua dalam manajemen redaksional adalah pengorganisasian, dengan aktivitas berupa: (1) perencanaan dan pengembangan redaksi; (2) penentuan sumber daya dan aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan redaksi; (3) penugasan tanggungjawab redaksi, dan (4) pendelegasian wewenang pada individu (Trianton, 2016).

Penggerakan adalah tahap ketiga dalam manajemen redaksi, yakni proses liputan berita. Terdapat tiga teknik liputan berita yakni reportase dengan cara wartawan hadir langsung ke lokasi peristiwa; melakukan wawancara dengan narasumber, dan pengumpulan data dengan menggunakan sumber dokumen, buku, atau dari internet. Pengawasan menjadi tahap keempat sekaligus terakhir

dalam manajemen redaksi. Pengawasan dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan kerja keredaksian telah berjalan sesuai rencana atau tidak. Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap berita yang akan disajikan (Trianton, 2016). Pengawasan juga bermanfaat untuk mengetahui tantangan dan hambatan yang dialami oleh organisasi (Junaedi, 2014).

Pemberitaan sebuah media perlu memperhatikan faktor khalayak, karena khalayak merupakan faktor penting bagi keberlangsungan media massa. Itu sebabnya, media dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan khalayak. Apabila gagal, maka risikonya media tersebut akan ditinggalkan khalayak (Junaedi, 2014).

Manajemen redaksi sebuah media juga perlu memikirkan pada aspek multiplatform (Sambo & Jafaruddin, 2017). Digitalisasi melahirkan suatu fenomena yang disebut dengan konvergensi, di mana satu media memiliki banyak platform untuk menyampaikan informasi. Ada pun faktor yang mempengaruhi bagaimana praktek konvergensi media adalah kemampuan SDM jurnalis dalam manajemen redaksi dan kondisi infrastruktur (Khadziq, 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara. Proses pengumpulan data dilakukan di masa pandemic Covid-19 sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan wawancara secara tatap muka. Wawancara menggunakan dua cara yakni menghubungi narasumber melalui telepon dan direkam atas seizin narasumber, atau narasumber mengirimkan jawaban secara tertulis melalui surat elektronik. Cara yang

ditempuh atas dasar kesepakatan dengan narasumber. Wawancara melalui telepon atau menggunakan surat elektronik memiliki keuntungan karena peneliti bisa mewawancarai narasumber yang berada di lokasi berbeda, tanpa harus bertemu langsung. Sebagai tambahan, keuntungan wawancara melalui surat elektronik adalah narasumber bisa lebih fokus dan memiliki waktu untuk memikirkan dan mempertimbangkan jawaban yang disampaikan. Jawaban secara tertulis juga memungkinkan informasi yang lebih terstruktur. Meski begitu kelemahannya adalah faktor jarak bisa mempengaruhi

relasi interpersonal antara pewawancara dengan narasumber, sehingga ada kesulitan untuk menggali fakta lebih dalam (Ningsih & Prastya, 2020). Hanya ada satu narasumber yang dapat ditemui secara langsung, karena berada di kota yang sama dengan penulis. Narasumber penelitian ini berasal dari empat media lokal yang diwawancarai. Tidak ada kriteria khusus terhadap pemilihan media lokal, hanya mempertimbangkan kesediaan narasumber untuk diwawancarai. Daftar nama narasumber, jabatan, dan nama narasumber terdapat pada tabel 1:

Tabel 1. Daftar Narasumber

No	Nama Narasumber	Media (asal daerah)	Jabatan saat wawancara	Waktu Wawancara	Teknik wawancara
1	Muhammad Azhar	SuaraNTB.com, (Nusa Tenggara Barat)	Redaktur pelaksana	3 Juli 2020	Melalui telepon
2	Yuda Sanjaya	Radar Cirebon (Jawa Barat)	Pemimpin Redaksi	10 Agustus 2020	Surat elektronik
3	Rini Yustiningsih	Solpos.com (Jawa Tengah)	Pemimpin Redaksi	11 Agustus 2020	Surat elektronik
4	Drs. H. Ahmad Lutfi, M.A	Kedaulatan Rakyat (KR) Group (Daerah Istimewa Yogyakarta)	Wakil Pemimpin Redaksi	13 Agustus 2020	Tatap muka

Sumber: Olahan Peneliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan konsep-konsep yang ada pada tinjauan Pustaka, maka hasil dan pembahasan berkaitan dengan manajemen redaksi dikelompokkan

berdasarkan kategori khalayak sasaran media, tema pemberitaan, penentuan sumber daya (kompetensi jurnalis yang meliputi haji), teknik liputan, praktek jurnalistik multiplatform, dan evaluasi. Guna memperkuat otensitas pemaparan hasil penelitian, penulis menyertakan kutipan wawancara dengan narasumber.

Khalayak Sasaran

Sebagai media lokal, tiga media menyatakan bahwa khalayak mereka adalah masyarakat yang secara geografis berada satu kawasan dengan tempat media tersebut berada, SuaraNTB.com yang memiliki mayoritas pembaca dari Pulau Lombok, KR Group yang menysasar pembaca di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta, atau Radar Cirebon yang mengincar pasar di kawasan Cirebon, Indramayu, Majalengka, Kuningan (Ciayumajakuning). Sebagai contoh adalah penjelasan dari KR Group sebagai berikut :

Target pembaca adalah keluarga dan sanak handai taulan yang di rumah, masyarakat Yogya. Sehingga liputan haji KR itu lebih fokus yang terkait dengan jamaah haji Yogya di sana. Umum juga ada, nasional, misal Menteri Agama, Kementerian Agama, melakukan apa. Tapi yang kita sorot jamaah di Yogya. Kita kan koran lokal Yogya, selama ini konsentrasi juga untuk meliput kegiatan masyarakat Yogya yang sedang melakukan haji di sana. Harapannya keluarga, sanak saudara, teman, itu kalau muncul di KR ada kedekatan, ada proximity, jadi tertarik untuk membaca. (wawancara, H.Ahmad Lutfi 13 Agustus 2020)

Berbeda dengan Solopos.com menyatakan bahwa target pembaca mereka adalah masyarakat secara keseluruhan. Pemimpin Redaksi Solopos.com Rini Yustiningsih menjelaskan :

Konten tentang haji secara umum yang disasar masyarakat secara keseluruhan. Namun, ada konten-

konten tertentu yang memang mengarah ke segmen khusus, misalnya terkait pelunasan haji atau kuota haji akan menysasar kepada mereka yang masuk dalam daftar tunggu haji...(wawancara Rini Yustiningsih, 11 Agustus 2020).

Beberapa media memberikan perlakan khusus bagi pemberitaan haji. KR Group menempatkan berita haji pada rubrik khusus "*selama 40 hari*" (wawancara H.Ahmad Lutfi, 13 Agustus 2020). Radar Cirebon yang menerbitkan "*rubrik liputan khusus haji dengan penamaan yang unik seperti Haji Backpacker*" (wawancara Yuda Sanjaya, 10 Agustus 2020). Berita haji juga diklaim dapat meningkatkan pengakses media, meski peneliti tidak menysayakan pengaruh berita haji terhadap perolehan iklan. Sebagai contoh KR Group Yogyakarta mengatakan bahwa pemberitaan haji cukup meningkatkan kunjungan ke media platform online mereka.

, yang di online cukup bagus, ketika misalnya menysajikan berita-berita foto soal haji, cukup menaikan pengunjung KR online saat itu. Pembaca tampaknya lebih suka foto daripada tulisan panjang. Kalau yang cetak itu kurang bisa terdeteksi sesuai dengan oplah. Ketika kita jual segitu, ya segitu (wawancara H. Ahmad Lutfi, 13 Agustus 2020).

Kondisi sebaliknya terjadi di SuaraNTB.com di mana pemberitaan haji tidak serta merta meningkatkan kunjungan ke portal berita tersebut secara signifikan.

... Untuk di versi cetak juga tidak ada halaman khusus...Jumlah pengakses

SuaraNTB.com saat peristiwa haji sepanjang amatan saya tidak ada peningkatan traffic yang dipicu oleh berita haji. Maksudnya tidak selamanya traffic naik karena haji. Misal saat ini lagi musim haji, tapi kalau yang lagi viral isu lain, ya isu itu yang ngangkat kunjungan ke SuaraNTB.com. Misalnya ya saat ini musim haji, tapi yang lagi viral misalnya ada kasus anak laporin ibu kandung ke polisi. Nah kasus viral itu yang bikin naik kunjungan. (wawancara Muhammad Azhar, 3 Juli 2020)

Tema Pemberitaan

Tema pemberitaan merupakan bagian dari tahap perencanaan dalam manajemen redaksi (Trianton, 2016). Secara umum sebagai media lokal yang tidak memberangkatkan reporter ke Tanah Suci, maka tema berita yang diangkat seputar persiapan keberangkatan jamaah dari daerah masing-masing, kepulangan, dan update tentang kondisi jamaah asal daerah tersebut. Sebagai contoh adalah tema berita haji dari SuaraNTB.com dan Solopos.com sebagai berikut

Jika ada hal unik, misalnya jamaah haji termuda, paling tua, itu juga masuk. Kadang juga tokoh yang naik haji, kita publikasikan. (wawancara Muhammad Azhar, 3 Juli 2020)

Berita haji yang menarik biasanya tidak hanya saat keberangkatan, namun jauh sebelum itu, misalnya penetapan biaya haji, kebijakan baru soal haji misalnya pernah ada kebijakan zonasi haji, kuota haji, pembayaran haji,

dan kemudian masuk ke persiapan haji. Keberangkatan haji, Solopos lebih fokus ke embarkasi Solo, begitu juga kepulangan... (wawancara Rini Yustiningsih, 11 Agustus 2020)

Selain itu berita bersifat *human interest*, meski peristiwanya tidak memiliki kedekatan geografis dengan khalayak media tersebut, tetap diangkat. Sebagai contoh di Solopos.com dan Kedaulatan Rakyat yang menyebutkan sebagai berikut

....Prosesi ibadah haji juga diikuti perkembangannya, begitu pula berbagai sisi-sisi lain misalnya tentang oleh-oleh haji, atau berbagai adat masyarakat tentang jemaah haji” (wawancara Rini Yustiningsih, 11 Agustus 2020)

Tidak hanya (bertita tentang – pen.) jamaah Yogya, asal nilai human interest bagus tidak masalah. Misal kemarin ada berita kakek-nenek tidak mau terpisah, padahal laki-laki perempuan kadang harus pisah. Akhirnya meninggal kedua-duanya. Itu nilai human interest-nya kuat (wawancara H.Ahmad Lutfi, 13 Agustus 2020)

Secara umum tema pemberitaan media lokal tidak terlalu jauh berbeda dengan literatur yang menyebutkan bahwa tema-tema berita haji adalah seputar kebijakan pemerintah, pengelolaan haji, serta bagaimana kondisi jamaah selama berada di Tanah Suci (Hadi, 2014; Tim Media Center Haji, 2014). Hanya saja untuk media lokal ada kecenderungan untuk lebih fokus pada persiapan dan pemberangkatan jamaah haji asal daerah tersebut.

Temuan menarik diperoleh dari SuaraNTB.com, yakni saat puncak pelaksanaan ibadah haji, media tersebut cenderung memberitakan perayaan Idul Adha di propinsi beribukota Mataram itu. Redaktur Pelaksana SuaraNTB.com, Muhammad Azhar, menjelaskan bahwa kurva intensitas pemberitaan naik menjelang pemberangkatan dan puncak ibadah haji. Selanjutnya berita mulai menurun di fase kepulangan.

Pas pelaksanaan puncak haji, itu kan Idul Adha ya, kita malah didominasi di hari kurban-nya itu berita-berita perayaan Idul Adha di lokal di NTB-nya. Persiapan kurban misalnya. Biasanya ada berita haji, tapi nggak terlalu kita tonjolkan sih. Karena kita tidak menugaskan wartawan liputan langsung (untuk haji-pen), jadi tidak kita kawal secara khusus rukun-rukun haji, ritual haji. Hanya ketika ada kejadian yang sifatnya memiliki nilai berita, baru diangkat. (wawancara Muhammad Azhar, 3 Juli 2020)

Pengorganisasian

Tahap selanjutnya dalam manajemen redaksional adalah pengorganisasian, dengan aktivitas yang dibahas dalam bagian ini berupa penentuan sumber daya dan penugasan tanggungjawab redaksi (Trianton, 2016). Berkaitan dengan penentuan sumber daya, semua narasumber menjelaskan secara umum kompetensi yang dimiliki adalah sama, baik itu untuk wartawan yang meliput haji secara langsung di Tanah Suci mau pun yang tidak, yakni kemampuan jurnalistik dan pemahaman mengenai agama. Seperti

dijelaskan oleh Pemimpin Redaksi Radar Cirebon, Yuda Sanjaya sebagai berikut : *“Tentunya memahami rangkaian ibadah haji, sebab wartawan yang berangkat meliput haji juga melaksanakan ibadah tersebut”* (wawancara, 10 Agustus 2020). Sementara Redaktur Pelaksana SuaraNTB.com Muhammad Azhar menyatakan bahwa medianya mensyaratkan wartawan yang meliput seputar haji adalah yang memiliki kemampuan mencari informasi, beragama Islam dan memahami Syariah dan aturan ibadah haji (wawancara, 3 Juli 2020).

Hal senada disampaikan pemimpin redaksi Solopos.com Rini Yustiningsih. Pemahaman tentang isu atau tema tentang haji hingga penulisan istilah seputar haji dalam Bahasa Indonesia diperlukan baik oleh wartawan yang meliput di lapangan atau yang bertugas di kantor redaksi.

Bagi yang liputan langsung punya kemampuan yang baik soal jurnalistik dan memahami berbagai isu/tema tentang haji misalnya terkait prosesi, tahapan, atau juga hal-hal khususnya lainnya. Tim yang di kantor juga sama yaitu memiliki kemampuan editing yang baik serta memiliki pengetahuan seputar haji, termasuk penggunaan bahasa yang benar tentang ritus haji misalnya lempar jumroh yang benar secara bahasa Indonesia adalah lempar jamrah. ... (wawancara, 13 Juli 2020).

Wakil Pemimpin Redaksi KR Group, H.Ahmad Luthfie menjelaskan dalam konteks wartawan yang meliput haji secara langsung ke Tanah Suci, di mana kompetensi yang dibutuhkan mengikuti ketentuan yang ditetapkan Kemenag RI.

Kompetensi dan skill dan wartawan yang berangkat, itu mengikuti syarat yang ditetapkan Kemenang. Jadi ketika Kemenag membuka syarat wartawan peliput haji, Kemenag mengeluarkan syarat seperti usia, sertifikasi. Nanti Kemenag akan menyeleksi. Kalau sesuai, nanti wartawan presentasi program ke Kemenag. Setelah presentasi lulus, wartawan terkait tes tertulis. Ketika ada seleksi, redaksi KR umumkan ke internal, yang berminat bisa mendaftar. Yang tahun 2019 itu ada tiga yang mendaftar, tapi belum sempat diumumkan udah ada pandemi (Wawancara, 13 Agustus 2020)

Untuk penugasan tanggungjawab redaksi, keempat media juga tidak membentuk tim khusus untuk liputan haji, karena tidak setiap tahun juga media tersebut memberangkatkan wartawan ke Tanah Suci. Namun ada media yang menugaskan secara khusus yang fokus liputan tentang haji di musim haji dan juga yang meliput haji atas inisiatif pribadi si wartawan saat tengah menunaikan ibadah haji dengan biaya sendiri. Seperti dituturkan oleh narasumber sebagai berikut

Secara khusus tidak ada tim, namun ada tim redaksi yang akan fokus menggarap liputan haji. Misalnya di level reporter ada, reporter khusus yang ditugaskan untuk meliput proses pemberangkatan hingga pemulangan haji yang akan meliput di asrama haji atau embarkasi/debarkasi. Sedangkan yang bertugas di kantor, akan menyesuaikan kewilayahan. Redaktur

atau editor yang bertugas di kantor akan menyesuaikan dengan wilayah/desk yang diampu. (wawancara, Rini Yustiningsih 13 Juli 2020)

Untuk Info haji ini kan tidak setiap tahun ada wartawan KR yang berangkat ke sana. Kalau saya berangkat, itu sifatnya pribadi, sendiri karena mesti antre lama. Saya dua kali berangkat sendiri, selain fokus haji dan juga membuat liputan yang menarik untuk KR (wawancara H.Ahmad Lutfi, 13 Agustus 2020)

Teknik Liputan Berita

Terdapat tiga teknik liputan berita yakni reportase dengan cara wartawan hadir langsung ke lokasi peristiwa; mewawancarai narasumber; dan pengumpulan data menggunakan sumber dokumen, buku, atau dari internet (Trianton, 2016). Sebagai media yang tidak meliput langsung ke Tanah Suci, maka teknik liputan yang dilakukan adalah melakukan wawancara dengan narasumber dan menggunakan sumber dari internet. Liputan langsung dilakukan dengan cara mengirim wartawan ke embarkasi atau debarkasi haji guna meliput persiapan keberangkatan dan kepulangan. Untuk wawancara, narasumber yang digunakan adalah otoritas haji di tingkat lokal sebagai narasumber utama, selanjutnya jamaah haji, keluarga jamaah, dan biro perjalanan haji.

Jamaah haji menjadi narasumber kedua yang menjadi prioritas guna memperoleh informasi pandangan mata dari Tanah Suci, karena media tersebut jarang atau bahkan belum

penrah mengirim reporter untuk liputan langsung. Informasi yang diperoleh dari jamaah berupa persoalan yang dihadapi hingga informasi-informasi ringan seperti aktivitas keseharian dalam menunaikan ritual haji. Media memanfaatkan faktor kedekatan personal dengan jamaah untuk memperoleh informasi. Selain itu ada juga yang sudah menjalin kesepakatan awal dengan jamaah, tentang siapa yang bisa diwawancarai selama berada di Tanah Suci. Seperti dituturkan oleh narasumber sebagai berikut :

Kami sering mendapatkan kiriman dari jamaah haji asal NTB dalam bentuk foto, pernyataan. Mereka mengirim ke ponsel wartawan, biasanya yang kirim sudah kenal secara personal dengan wartawan di sini. Biasanya informasi tentang problemnya. Untuk verifikasi informasi kiriman dari jamaah, verifikasi informasinya ke penyelenggaranya (wawancara Muhammad Azhar 3 Juli 2020)

Dalam pelaksanaan ibadah haji kami sering menggunakan narasumber yakni jamaah, juga penyelenggara perjalanan ibadah haji (ONH Plus).... Untuk memberikan informasi perjalanan hari ke hari dan tahapan ibadah yang dilalui, juga cerita-cerita/sisi lain dari ibadah haji (wawancara Yuda Sanjaya, 10 Agustus 2020)

Kami belum pernah memberangkatkan reporter untuk meliput haji di Arab Saudi sehingga kami menghubungi jamaah melalui telepon untuk melaporkan peristiwa yang terjadi di sana. Biasanya, ada kesepakatan awal saat di Tanah Air antara Solopos dan jamaah tertentu agar bisa dikontak untuk melaporkan situasi di sana..Dalam kasus lain, kami bisa juga

menggunakan narasumber dari keluarga jamaah. Biasanya, jika ada peristiwa penting misalnya tragedi, keluarga juga mendapatkan informasi. (wawancara Rini Yustiningsih, 13 Juli 2020)

saya selalu punya link dengan orang-orang yang berangkat haji, termasuk petugas kloter, ketua kloter saya punya nomor telpon, nomor WA. Bahkan saya nggak berangkat haji pun masuk grup petugas haji, sehingga dinamika yang terjadi di sana saya bisa tahu, bisa request foto...Setiap KBIH juga sering kirim rilis untuk dimuat di KR. Itu semua informasi masuk ke WA saya dari semua ke KBIH di Yogya (wawancara H Ahmad Lutfi, 13 Agustus 2020)

Untuk penggunaan sumber dari internet, media memanfaatkan situsweb resmi otoritas haji di Indonesia dan kantor-kantor berita baik itu yang berasal dari Indonesia atau pun asing. Namun berdasarkan penuturan narasumber, mereka tidak menjadikan website resmi dan kantor berita sebagai sumber berita utama. Jika pun harus menggunakan, maka informasi tersebut akan dikembangkan lagi agar sesuai dengan konteks lokal

meski wartawan KR tidak berangkat haji, kita bisa mendapatkan berita haji. Pertama dari website Kemenag, itu terbuka untuk diambil sebagai bahan liputan... kurang informasi juga bisa cari di web resmi Kemenag...Kedua kantor berita Antara, karena tiap tahun juga tetep ada yang berangkat. Selain itu juga Reuters atau dari kantor berita lain (wawancara H.Ahmad Lutfi, 13 Agustus 2020).

Meski tidak berlangganan kantor berita, kita dibolehkan mengutip. Jika sangat mendesak itu bisa. Sekarang juga sudah banyak official YouTube channel dari lembaga.... Paling tidak kami akan mengutip berita mengenai informasi itu dan kami kembangkan dengan menambah narasumber lokal. Tapi kami jarang melakukan itu (mengutip sumber lain – pen.), karena fokus kita hanya memberitakan yang lokal (wawancara Muhammad Azhar, 3 Juli 2020) .

Multiplatform dalam penyajian berita

Pada masa sekarang, manajemen redaksi sebuah media harus memikirkan pada aspek *multiplatform* (Sambo & Jafaruddin, 2017). Radar Cirebon menerapkan *multiplatform* dengan cara menerbitkan di versi cetak (surat kabar) terlebih dahulu kemudian di terbitkan di portal online dengan memberi jeda waktu. Komunikasi antar *platform* dilakukan dengan sarana percakapan daring.

Untuk prioritas pertama diterbitkan di koran, kemudian berita tersebut diunggah di online dalam jeda waktu tertentu. Menggunakan grup whats app redaksi juga sarana komunikasi lainnya. Secara umum sudah memahami pembagian tugas dan prioritas pemberitaan baik online maupun koran (wawancara Yuda Sanjaya, 10 Agustus 2020,)

Solopos melakukan *multiplatform* dengan dengan menampilkan berita haji pada versi cetak pada koran Solopos, website Solopos.com untuk digital, radio

melalui SoloposFM, beberapa website milik Solopos Grup, dan juga media sosial. Dalam koordinasi dan komunikasi, media Solopos memiliki *single newsroom* yang membuat perbedaan platform tidak menjadi bermasalah. *Single newsroom* dapat diakses oleh tim cetak maupun digital sehingga mempermudah distribusi untuk masing-masing platform.

Liputan haji yang dilakukan oleh reporter untuk cetak akan dimuat di Solopos dan digital dimuat di Solopos.com. Beberapa hal terkait haji yang bisa menjadi infografis juga dibuat untuk konsumsi di media sosial. Ada *single newsroom* di Solopos sehingga perbedaan platform baik cetak atau digital tidak terlalu bermasalah. Konten di *newsroom* itu bisa diakses tim cetak dan digital sehingga lebih mudah dalam distribusinya di masing-masing platform. (Rini Yustiningsih, 13 Juli 2020)

Hal serupa juga dilakukan KR Group Yogyakarta, terlebih ketika wartawan berkesempatan meliput langsung pelaksanaan haji di Arab Saudi, maka wartawan tersebut diberikan arahan untuk mengirimkan berita dalam *platform* tertulis dan juga audio visual.

Ketika wartawan KR bisa berangkat liputan haji, itu langsung kita briefing untuk suplai informasi ke KR Grup : KR Cetak, KR online, Minggu Pagi, Merapi, KR Radio, dan Channel Youtube. Jadi harus siap bikin berita cetak, siaran langsung entah direkam dulu lalu dikirim di sini. Ini jadi pertimbangan saat seleksi di Kemenag, mau dimuat di mana itu

nanti untuk pertimbangan ... Online lebih ke straight news, feature juga ada. (Drs. H . Ahmad Lutfi, M.A, transkrip wawancara liputan haji, Kamis 13 Agustus 2020).

SuaraNTB memanfaatkan *platform* media sosial Facebook Fanpage, WhatsApp dan website berita guna menyebarluaskan berita haji. Seperti dituturkan narasumber sebagai berikut :

Dalam konteks liputan haji, selama ini kita masih konvensional saja,..jadi masih foto dan tulisan di media sosial, kemudian kita share terutama di Fanpage dan WhatsApp (wawancara Muhammad Azhar, 3 Juli 2020).

Faktor infrastruktur pendukung menjadi kunci dari keberhasilan multiplatform (Khadziq, 2016), salah satunya adalah teknologi komunikasi karena dalam liputan multiplatform satu orang wartawan harus mengirimkan dalam format yang berbeda-beda. Narasumber KR Group menyatakan pengalaman pribadinya meliput haji ketika akses internet belum semudah saat ini.

Tahun 2005 ketika saya haji, mau kirim foto repot sekali. Waktu itu yang pegang kamera digital hanya dua orang, saya dan satu jamaah lagi. Ketika mau ngirim ya sulit, harus ke warnet, nggak ada di sana. Solusinya ya informasi berita teks saya kirim SMS ke redaksi di Yogya, untuk foto kantor redaksi mencari dari kantor berita....Tahun 2012, sudah ada BBM (BlackBerry Messenger – pen.) bisa kirim foto sama teks. Habis banyak juga untuk pulsa., karena WiFi nggak

sebanyak sekarang (wawancara H.Ahmad Lutfi, 13 Agustus 2020)

Tantangan dan Hambatan dalam Liputan Haji

Evaluasi merupakan tahap terakhir dalam manajemen redaksi guna mengetahui tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh redaksi (Junaedi, 2014; Trianton, 2016). Masing-masing media memiliki persoalan yang mereka hadapi mulai dari akses informasi karena tidak meliput langsung, performa narasumber, dan cara menyiasatinya.

SuaraNTB mengakui bahwa tantangan dalam pemberitaan haji adalah ketika harus mengcover peristiwa besar yang terjadi di luar NTB. Guna menyiasatinya, SuaraNTB melakukan tiga cara yakni melakukan wawancara dengan otoritas lokal tentang peristiwa tersebut, menghubungi jamaah yang ada di Tanah Suci, atau mengutip media lain.

Persoalan yang dihadapi redaksi SuaraNTB dalam liputan haji karena tidak secara spesifik menugaskan wartawan berangkat langsung, sehingga berpengaruh pada akses ke narasumber primer ketika ada kejadian menarik atau penting diberitakan di Tanah Suci. Problematika itu ketika nasional, tidak isu NTB, itu tidak kita angkat. Tapi ketika misal ada kasus besar, kelaparan, katering bermasalah, kita juga beritakan. Ketika ada peristiwa, dan tidak ada wartawan yang ke Tanah Suci, kami menggunakan sumber berita dari penyelenggara lokal di sini. Kalau ada kemungkinan untuk misalnya akses

narasumber yang ada di sana, misal tokoh lokal, jamaahnya, atau orang yang jadi berita itu untuk sumber utamanya, itu kita lakukan. Kami tidak berlangganan media lain. Meski tidak berlangganan (kantor berita-pen.), kita dibolehkan mengutip. Di beritanya nanti, kita tuliskan: "seperti dilansir dari media ini". (wawancara Muhammad Azhar, 3 Juli 2020)

Pengawasan di media Radar Cirebon dilakukan dengan cara mengulang format berita tentang liputan haji setiap tahunnya. Tolak ukur keberhasilan pemberitaan haji adalah pembaca dapat mengetahui kondisi jamaah dari wilayah III Cirebon di tanah suci. Pemimpin redaksi Radar Cirebon Yuda Sanjaya menyebutkan faktor pendukung dan penghambat adalah sebagai berikut: "*Faktor pendukung kebijakan pemerintah yang memberikan kuota kepada jurnalis, faktor penghambat tentunya masalah komunikasi.* (wawancara Yuda Sanjaya, 10 Agustus 2020)". Dari pernyataan berkaitan dengan faktor pendukung berupa kuota pada jurnalis, dapat disimpulkan bahwa ada kebutuhan untuk meliput secara langsung. Yuda Sanjaya menerangkan bahwa sejauh ini wartawan Radar Cirebon satu kali memperoleh kesempatan untuk meliput haji secara langsung.

Pemimpin Redaksi Solopos Rini Yustiningsih menjelaskan bahwa faktor kendala dan tantangan yang dihadapi adalah berkaitan dengan kompetensi narasumber dan akses informasi. Adakalanya narasumber tidak memiliki kapasitas yang mumpuni sebagai pendamping haji. Ada pun berkaitan dengan akses informasi adalah kawasan embarkasi/debarkasi haji

hanya menerbitkan satu ID Card untuk wartawan yang meliput di sana, sehingga agak menyulitkan redaksi Solopos.

Karena akses media untuk mengirim wartawan ke Tanah Suci itu terbatas, akses informasinya juga terbatas. Kami membutuhkan informasi yang cepat dan akses yang lebih luas dari Daker maupun panitia lainnya. Kami juga butuh akses untuk konfirmasi. Menyajikan informasi secara komprehensif dan seimbang, tak hanya bersumber dari humas atau panitia haji namun juga jemaah dan pihak lain. Yang sering jadi sorotan oleh media adalah penentuan tim pendamping haji daerah (TPHD) yang biasanya bersifat politis. Terutama yang berasal dari DPRD. Biasanya, kepala daerah menunjuk anggota DPRD menjadi anggota TPHD padahal mereka tidak memiliki kapasitas mumpuni sebagai pendamping haji....(wawancara Rini Yustiningsih, 13 Juli 2020)

Kendala sedikit soal ini adalah liputan di embarkasi/debarkasi hanya bisa dilakukan oleh reporter yang memiliki akses (ID card) yang dikeluarkan oleh Kemenag. Dengan demikian, kami kadang kesulitan membagi tugas kepada reporter karena hanya ada sedikit reporter yang konsentrasi pada liputan haji. ...(wawancara Rini Yustiningsih, 13 Juli 2020)

KR Group menjelaskan bahwa tantangan adalah mengangkat berita seputar haji ketika prosesi ibadah rukun Islam

kelima tersebut telah selesai. Tantangan ini dihadapi oleh wartawan yang meliput langsung di Tanah Suci karena performa mereka dipantau oleh Kemenag RI sebagai pihak yang memberikan akses. Tantangan serupa juga dihadapi oleh wartawan yang tidak meliput secara langsung. Membuat feature menjadi solusi yang ditempuh.

...ketika tidak ada peristiwa besar, sering liputannya, beritanya monoton., itu-itu saja kegiatannya. Setelah musim haji, tidak ada peristiwa besar, wartawan yang meliput di sana pun kayaknya juga kesulitan cari berita. Peliput

haji di sana, biasanya menunggu pulang, di sisi lain ada target tiap hari bikin berita. (Menyiasatnya dengan – pen.) Ya liputan ke wilayah yang bukan area haji ni dipantau Kemenag. Menyiasatnya mungkin kita wawancara jamaah di sana, bikin feature, misal tetangga saya ada tukang pijat naik haji. Ini nomor teleponnya untuk diwawancarai. (wawancara H. Ahmad Lutfi, 13 Agustus 2020).

Rangkuman hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini :

Tabel 2. Manajemen Redaksi Media Lokal dalam Liputan Haji

Kategori	Kedaulatan Rakyat	Solopos	Radar Cirebon	SuaraNTB
1. Khalayak sasaran/ target audiens	Lokal	Lokal dan nasional	Lokal	Lokal
2. Perencanaan tema pemberitaan	Persiapan keberangkatan, kepulauan, update kondisi jamaah, kebijakan pemerintah, feature, human interest selama pelaksanaan ibadah haji, tidak harus jamaah asal Yogyakarta	Liputan dari embarkasi dan debarkasi, update kondisi jamaah dari Tanah Suci, kebijakan pemerintah, human interest di sekitar embarkasi	Persiapan keberangkatan, kepulauan, kondisi jamaah	Persiapan keberangkatan, kepulauan, kondisi jamaah. Pada puncak haji fokus meliput Idul Adha di NTB karena tidak memberangkatkan wartawan ke Tanah Suci
3. Pengorganisasian berkaitan dengan sumber daya manusia	Liputan langsung mengikuti syarat Kemenag	Memiliki pengetahuan tentang haji, memiliki skill jurnalistik	Memiliki kemampuan jurnalistik, paham tentang ibadah haji	Memiliki kemampuan jurnalistik, beragama Islam, paham tentang haji dan aturan-aturan dalam Islam
4. Pelaksanaan liputan	Wawancara langsung terhadap otoritas haji lokal, jamaah, biro perjalanan	Wawancara langsung terhadap otoritas haji lokal, jamaah, biro perjalanan	Wawancara langsung terhadap otoritas haji lokal, jamaah, biro perjalanan	Wawancara langsung terhadap otoritas haji lokal, jamaah, biro perjalanan
	Penggunaan website resmi	Penggunaan website resmi	Penggunaan website resmi	Penggunaan website resmi pemerintah

Kategori	Kedaulatan Rakyat	Solopos	Radar Cirebon	SuaraNTB
	pemerintah dan kantor berita lain untuk berita-berita yang tidak dapat dicover langsung/diliput langsung oleh wartawan	pemerintah dan kantor berita lain untuk berita-berita yang tidak dapat dicover langsung/ diliput langsung oleh wartawan	pemerintah dan kantor berita lain untuk berita-berita yang tidak dapat dicover langsung/ diliput langsung oleh wartawan	dan kantor berita lain untuk berita-berita yang tidak dapat dicover langsung/ diliput langsung oleh wartawan
5. Platform yang digunakan dalam menyajikan berita	Cetak, online, radio, YouTube channel	Cetak, online, radio, media sosial	Cetak, online	Online, media sosial
6. Tantangan dan hambatan dalam liputan haji	Berita yang monoton terutama setelah selesainya puncak ibadah haji	Narasumber dari Tim Pendamping Haji Daerah (TPHD) kurang bisa menjawab pertanyaan; embarkasi/ debarkasi hanya memberikan akses liputan pada satu wartawan saja	Kebutuhan untuk liputan langsung, Persoalan komunikasi	Pemberitaan tentang peristiwa besar yang terjadi di luar NTB

(Sumber : rangkuman dari data penelitian)

PEMBAHASAN

Khalayak merupakan faktor penting bagi keberlangsungan media massa, karena apabila media gagal memenuhi kebutuhan khalayak, media tersebut akan ditinggalkan (Junaedi, 2014). Bagi media lokal, informasi mengenai daerah masing-masing merupakan kebutuhan informasi (Sutrisno, 2011). Dari hasil wawancara, tiga media yakni Kedaulatan Rakyat, Radar Cirebon, dan Suara NTB.com menyatakan bahwa sasaran utama media tersebut adalah pembaca di kawasan lokal. Namun di era media online, dikotomi antara media lokal dengan nasional dapat berubah karena jangkauan internet tidak lagi terbatas faktor-faktor geografis, seperti yang disebutkan oleh Solopos.com yang menyatakan bahwa target pembaca mereka adalah masyarakat

umum. Kondisi ini dapat dijelaskan dengan mengacu pada hasil penelitian Mitchell, dkk (2018) menunjukkan selisih presentase masyarakat Indonesia yang mengikuti berita nasional dengan berita lokal tidaklah terlalu jauh. Riset menunjukkan 78 persen masyarakat di Indonesia mengikuti berita nasional ; dan 83 persen mengikuti berita lokal.

Pemberitaan media lokal perlu menyajikan relevansi antara isu atau peristiwa yang terjadi dengan konteks lokal agar dapat lebih mudah diteima audiens (Rahayu, 2017). Guna memberikan konteks lokal pada peristiwa haji, maka media menyajikan berita mengenai dampak kebijakan pemerintah pusat terhadap jamaah di tingkat lokal, apa yang harus dilakukan jamaah, persiapan keberangkatan dan keperluan jamaah haji,

dan pengalaman-pengalaman unik para jamaah selama menunaikan rukun Islam kelima. Secara umum tema pemberitaan yang diangkat saat ini tidak jauh berbeda dengan berita-berita haji di masa sebelum kemerdekaan Indonesia (Supratman, 2020).

Sejumlah media memberikan perlakuan khusus untuk pemberitaan haji seperti rubrik khusus atau liputan khusus selama jangka waktu tertentu. Dari tinjauan yang lebih kritis, hal ini merupakan upaya media memanfaatkan moment haji sebagai komoditi, sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah konsumen media (Hadi, 2015), bahkan ada kalanya sampai memberitakan hal-hal yang kurang substansial berkaitan dengan haji (Kasman, 2019). Pada penelitian ini, narasumber menjelaskan konten berita mereka masih berada dalam hal-hal yang substansial berkaitan dengan haji. Namun tidak semua media memberikan “perlakuan spesial” pada pemberitaan haji. SuaraNTB.com justru lebih memilih fokus untuk meliput peristiwa lokal yakni Idul Adha di lokasi setempat, pada puncak ibadah haji. Hal ini dilakukan karena media tersebut tidak mengirimkan wartawan ke Arab Saudi untuk meliput haji secara langsung.

Ketiadaan wartawan yang meliput haji secara langsung membuat berita-berita khas seperti dari Tanah Suci, seperti jumlah jamaah yang sudah tiba, pemondokan, transportasi, penerbangan, Kesehatan jamaah, cuaca di tanah suci, jumlah jamaah yang wafat, dan liputan-liputan feature seperti makanan khas dan tempat-tempat unik (Tim Media Center Haji, 2014) disiasati dengan cara melakukan wawancara jarak jauh dengan jamaah haji, petugas haji, atau tokoh masyarakat

lokal yang tengah berada di Tanah Suci, juga mengutip berita dari website otoritas resmi atau kantor berita lain. Aktivitas liputan wartawan saat ini terbantu dengan keberadaan website resmi sebuah lembaga (Dewi Mutia, 2012) atau pun kantor berita (Sambo & Jafaruddin, 2017). Meski begitu, wartawan tidak serta merta mengutip seluruh isi website. Wartawan tetap mengembangkan informasi yang mereka peroleh dari website atau kantor berita resmi, agar konten sesuai dengan konteks lokal

KESIMPULAN

Secara garis besar terdapat empat tahap dalam manajemen redaksi yakni perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan (liputan) dan evaluasi. Pada tahap perencanaan yang berkaitan dengan penentuan tema-tema pemberitaan, redaksi perlu memperhatikan siapa dan apa kebutuhan target audiens mereka. Sebagai media lokal, keempat media menjadikan warga masyarakat di kota tempat media tersebut berada sebagai target audiens utama. Itu sebabnya, tema-tema berita-berita yang diangkat memiliki unsur kedekatan seperti *update* informasi tentang persiapan keberangkatan, jadwal kepulangan, kondisi jamaah asal wilayah tersebut selama menunaikan rukun Islam kelima tersebut, dan apa dampak kebijakan pemerintah terkait dengan haji terhadap masyarakat lokal .

Di luar berita yang mengangkat konteks lokal, ada pula media yang mengangkat tema yang memiliki *human interest* yang kuat. Berita-berita tersebut disajikan dalam beragam platform dan media sosial.

Pada tahap pengorganisasian, pada prinsipnya keempat media tidak membentuk tim khusus dalam liputan haji dan tidak rutin mengirimkan reporter ke Arab Saudi untuk meliput haji secara langsung, karena peliputan tersebut harus melalui seleksi yang dilakukan oleh Kementerian Agama RI.

Peliputan secara langsung dilakukan untuk mewawancarai narasumber di tingkat lokal seperti pejabat Kementerian Agama setempat dan calon jamaah yang hendak berangkat ke Tanah Suci atau telah kembali ke Tanah Air. Media mensyaratkan wartawan yang meliput haji memiliki kemampuan jurnalistik yang baik dan pengetahuan tentang ibadah haji dan agama Islam.

Ketiadaan wartawan yang meliput haji secara langsung di Arab Saudi menjadi tantangan tersendiri bagi media untuk menyajikan berita yang menarik. Guna memperoleh informasi dari Tanah Suci, media lokal memanfaatkan relasi dengan jamaah, petugas daerah kerja (Daker), atau petugas Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) untuk dapat menjadi narasumber yang dapat dikontak dan diwawancarai. Untuk berita-berita yang bersifat kebijakan pemerintah Indonesia berkaitan dengan haji, media memanfaatkan website resmi Kementerian Agama atau kantor berita lain. Informasi dari website dan kantor berita lain tidak serta merta dikutip, namun dikembangkan Kembali agar sesuai dengan konteks lokal.

Persoalan yang dihadapi media lokal dalam meliput haji adalah pemberitaan yang monoton, kualitas informasi dari narasumber di tingkat lokal, dan kendala dalam meng-cover pemberitaan tentang

peristiwa besar terkait haji yang ada di luar wilayah lokal.

Penelitian ini juga mendapati beberapa temuan-temuan yang khusus per media, seperti adanya satu media yang justru tidak menjadikan puncak ibadah haji sebagai berita utama pada hari tersebut, dan lebih memilih memberitakan perayaan Idul Adha di lokasi setempat, karena kemudahan akses informasi; kemudian ada juga satu media lokal yang menyatakan bahwa target mereka adalah masyarakat umum bukan hanya warga di kota setempat saja karena media online dapat diakses siapa pun tanpa terhalang faktor geografis.

Keterbatasan penelitian, *pertama* sebagian besar wawancara dilakukan secara daring (tidak tatap muka secara langsung). Di satu sisi kondisi ini memang memberikan keuntungan untuk dapat mewawancarai media yang berada di kota yang berbeda dengan peneliti, namun di sisi lain kelemahan wawancara daring adalah kurangnya interaksi langsung sehingga kurang memungkinkan untuk menggali informasi lebih mendalam. *Kedua*, media yang diwawancarai hanya berjumlah empat, sehingga hasilnya tidak bisa dijadikan generalisasi.

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah meneliti tentang manajemen redaksi pemberitaan haji di media lokal di daerah lain, atau secara lebih spesifik pemberitaan media lokal tentang pelaksanaan haji atau ibadah keagamaan selain haji, di era "normal baru", karena tentu akan banyak penyesuaian dalam pelaksanaan dan media punya kewajiban moral untuk menginformasikan itu kepada masyarakat.

Sebagai penutup penulis

mengucapkan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Islam Indonesia atas dukungannya kepada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alnajrani, H., Bajnaid, A., Elyas, T., & Masa'deh, R. (2018). Exploring the Transitional Era in Saudi Arabia Journalism Discourse and the Path towards the Right to Freedom of Expression. *Modern Applied Science*. <https://doi.org/10.5539/mas.v12n10p1>
- Dewi Mutia. (2012). Media Relations 2.0. *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 17–28.
- Fikri, M. A., & Hardi, E. (2019). Berita Koerai: Media Penghubung Masyarakat Koerai Kampung dan Rantau 1938-1941. *Galanggang Sajarah*, 1(3), 408–420. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3515510>
- Hadi, S. (2014). *Fungsi Watchdog Media Massa dalam Pemberitaan Penyelenggaraan Haji pada SKH Banjarmasin Post dan Republika tahun 2012*. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Hadi, S. (2015). *Komodifikasi Berita Penyelenggaraan Ibadah Haji di SKH Republika*. 14(27), 51–55.
- Junaedi, F. (2014). *Manajemen Media : Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta : Penerbit Buku Litera.
- Kasman, S. (2019). Tradisi Jamaah Haji Orang Bugis Sepulang Dari Tanah Suci Mekah (Perspektif Kompas TV Makassar). *Jurnalisa*, 05(2), 241–261. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v5i2.11958>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2015). *Haji dalam Angka : Jumlah Jemaah Haji Indonesia dalam Seabad Lebih*.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2017). *Penetapan Hasil Seleksi Calon Anggota Media Center Haji (MCH) serta Pemanggilan Pelatihan dan Pembekalan Petugas PPIH Arab Saudi Tahun 2017*.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Penetapan Hasil Seleksi Calon Anggota Media Center Haji (MCH) serta Pemanggilan Pelatihan dan Pembekalan Petugas PPIH Arab Saudi Tahun 2019*.
- Khadziq, K. (2016). KONVERGENSI MEDIA SURAT KABAR LOKAL (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). *Profetik: Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1187>
- Ningsih, I. N. D. K., & Prastya, N. M. (2020). Kebijakan redaksi media di Indonesia dalam pemberitaan haji tahun 2020. *Islamic Communication Journal*, 5(2), 185–202. <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.2.6434>
- Pareno, S. A. (2003). *Manajemen Berita antara Idealisme dan Realita*. Surabaya : Papyrus.
- Rahayu. (2017). *Ekonomi dan Manajemen Media : Perkembangan Kajian, Otokritik, dan Eksplorasi terhadap Isu Lokalitas" dalam Manajemen Media di Indonesia* (Diyah Hayu Rahmitasari (ed.)). Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sambo, M., & Jafaruddin, Y. (2017). *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*. Depok: Prenadamedia Group.

- Supratman, F. R. (2020). Analyzing Information about a Hajj Pilgrimage in Indonesia in the Rare Newspaper Collection of The National Library of Indonesia. *Record and Library Journal*, 6(2), 189–198. <https://doi.org/10.20473/rlj.v6-i2.2020.189-198>
- Sutrisno, P.S. (2011). Fenomena Kebangkitan Industri Pers Daerah/Media Lokal. *Jurnal Dewan Pers*, 5, 77–90.
- Tejomukti, R. A. (2017). *Jamaah Haji Waiting List Capai 3.419.162 orang*.
- Tejomukti, R. A. (2021). *Tiga Negara akan Geser Indonesia Jadi Negara Muslim Terbesar*. Republika.Co.Id.
- Tim Media Center Haji. (2014). *(Jangan) Panggil Saya Haji : Catatan Haji Jurnalis di Tanah Suci*. Bandung: Ruang Kata.
- Trianton, T. (2016). *Jurnalistik Komprehensif*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.