

**MANAJEMEN REDAKSI REPUBLIKA PADA *LIVE STREAMING*
“BERITAIN AJA!” DI TIKTOK @REPUBLIKAONLINE**

Rizki Alif Al-Hikam

Universitas Padjadjaran

rizki22001@mail.unpad.ac.id

Henny Sri Mulyani

Universitas Padjadjaran

henny.sri.mulyani@unpad.ac.id

Ika Merdekawati Kusmayadi

Universitas Padjadjaran

i.m.kusmayadi@unpad.ac.id

ABSTRACT

The shift in people's information consumption patterns to digital platforms, especially TikTok, which is recorded as the most frequently accessed social media in Indonesia in 2026 with a percentage of 31.8%, encourages mainstream media to adapt their content production formats. Republika responded to this by presenting the live streaming program "Beritain Aja!" on TikTok from May 2025. This study examines how Republika's editorial management is carried out in the production of the program through a qualitative approach with descriptive case study methods (Yin, 2018) and constructivism paradigms (Denzin & Lincoln, 2005). The theory used is the POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) management function from George R. Terry (1954) which is operationalized in three stages of broadcast production according to Morissan (2018). Data were obtained through in-depth interviews with seven informants from the production team, observation of program shows, literature studies, and document studies. The results of the study show that the presence of this program is motivated by institutional concerns about the image of Republika which is considered identical to the older generation of readers, as well as the strategic impulse from TikTok itself. The application of POAC to "Beritain Aja!" shows a different character from text-based media editorial, namely the four management functions take place in a tight circle due to the demands of live broadcasting, the role boundaries between teams are fluid, and editorial control is limited by third-party platform policies. Obstacles faced include repeated technical glitches, TikTok community policy restrictions, and limited human resources.

Keywords: *Editorial Management; News Live Streaming; TikTok; POAC; Digital Journalism.*

ABSTRAK

Pergeseran pola konsumsi informasi masyarakat ke platform digital, khususnya TikTok yang tercatat sebagai media sosial paling sering diakses di Indonesia pada 2026 dengan persentase 31,8%, mendorong media arus utama untuk mengadaptasi

format produksi kontennya. Republika merespons hal ini dengan menghadirkan program *live streaming* "Beritain Aja!" di TikTok sejak Mei 2025. Penelitian ini mengkaji bagaimana manajemen redaksi Republika dijalankan dalam produksi program tersebut melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif (Yin, 2018) dan paradigma konstruktivisme (Denzin & Lincoln, 2009). Teori yang digunakan adalah fungsi manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) dari George R. Terry (1954) yang dioperasionalkan pada tiga tahapan produksi siaran menurut Morissan (2018). Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tujuh informan dari tim produksi, observasi tayangan program, studi literatur, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran program ini dilatarbelakangi oleh kekhawatiran institusional terhadap citra Republika yang dianggap identik dengan pembaca generasi tua, serta dorongan strategis dari pihak TikTok sendiri. Penerapan POAC pada "Beritain Aja!" menunjukkan karakter yang berbeda dari redaksi media berbasis teks, yakni keempat fungsi manajemen berlangsung berhimpitan akibat tuntutan siaran langsung, batas peran antar tim bersifat cair, dan kendali redaksi dibatasi oleh kebijakan platform pihak ketiga. Hambatan yang dihadapi mencakup gangguan teknis berulang, pembatasan kebijakan komunitas TikTok, dan keterbatasan sumber daya manusia.

Kata Kunci: *Manajemen Redaksi; Live Streaming Berita; TikTok; POAC; Jurnalisme Digital.*

A. PENDAHULUAN

Setiap Jumat, akun TikTok @republikaonline menayangkan program *live streaming* "Beritain Aja!: Ruang Ngobrol Santai Buat Kita Bahas Berbagai Isu Terkini". "Beritain Aja!" merupakan program *live streaming* interaktif yang menggunakan bahasa tutur dalam penyampaiannya. "Beritain Aja!" membahas isu-isu aktual yang merujuk pada berita-berita yang telah dipublikasikan di republika.co.id secara langsung dalam durasi 60 menit. Format yang digunakan berupa *split screen*: bagian atas menampilkan tampilan atau tangkapan layar berita dari republika.co.id, sementara bagian bawah menampilkan *host* yang membacakan sekaligus mengomentari berita tersebut secara langsung. Program ini dibawakan oleh beberapa *host*, di antaranya Ronggo Astungkoro, Subhan, dan Daan Yahya.

Keunikan dari "Beritain Aja!" adalah gaya penyampaian *host* yang lebih santai dan interaktif dibandingkan dengan media konvensional lainnya yang komunikasinya hanya satu arah. *Host* tidak hanya membaca berita dari *prompter*, tetapi juga membacakan komentar dari audiens yang kemudian dijawab. Gaya penyampaian "Beritain Aja!" ini menyesuaikan dengan karakteristik audiens TikTok yang mayoritas berasal dari kalangan Gen Z.

"Beritain Aja!" menampilkan 5 berita setiap satu kali *live streaming*. Setelah siaran langsung di TikTok selesai, rekaman program tersebut diunggah ke kanal YouTube Republika Official dan dikurasi dalam *playlist* sehingga dapat diakses kembali oleh audiens yang melewatkan siaran langsungnya. Akun Instagram @republikaonline juga secara rutin mempublikasikan pengingat di *feeds*-nya menjelang waktu tayang program tersebut. Pola distribusi lintas platform yang

tampak dari pengamatan peneliti ini mencerminkan bagaimana Republika mengelola program “Beritain Aja!” tidak hanya sebagai konten media sosial semata, tetapi sebagai bagian dari ekosistem distribusi berita yang lebih luas.

Luasnya jangkauan digital Republika tercermin dari jumlah pengikutnya di berbagai platform media sosial. Per bulan Mei 2026, akun TikTok @republikaonline telah memiliki lebih dari 5,2 juta pengikut, sementara akun Instagram @republikaonline memiliki 551 ribu pengikut. Audiens Republika kini tidak lagi hanya berada di *website*, tetapi tersebar di berbagai platform digital. Besarnya jumlah pengikut di TikTok secara khusus menjadi indikator bahwa kehadiran Republika di platform tersebut telah mendapat respons dari publik dan “Beritain Aja!” menjadi salah satu program unggulan yang berkontribusi dalam membangun kehadiran tersebut.

Berdasarkan Survei Penetrasi Internet Indonesia Tahun 2026 yang diterbitkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 81,72% pada 2026, meningkat sekitar 1,06% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan jumlah pengguna internet secara nasional mencapai 235,26 juta jiwa dari total populasi sebesar 287,88 juta jiwa (APJII, dalam GoodStats, 2026). Besarnya angka tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia telah memiliki akses terhadap internet dalam kehidupan sehari-hari, dan ruang digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas masyarakat.

Besarnya jumlah pengguna internet tersebut turut berdampak pada pergeseran preferensi platform yang digunakan masyarakat untuk mengakses informasi. Berdasarkan data yang dirilis APJII, TikTok menjadi media sosial yang paling sering diakses oleh pengguna internet Indonesia pada tahun 2026, dengan persentase sebesar 31,8%, menyalip Facebook sebesar 29,4% dan Instagram sebesar 27,7%, sementara platform lain seperti WhatsApp, YouTube, X, dan Threads masing-masing berada di bawah 2% (APJII, dalam GoodStats, 2026). Data ini menegaskan bahwa TikTok bukan lagi sekadar platform hiburan berbasis video pendek, melainkan sudah menjadi ruang digital yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia secara umum. Posisi dominan ini memperkuat alasan strategis Republika dalam menjadikan TikTok sebagai platform utama untuk program “Beritain Aja!”.

Perubahan pola konsumsi informasi dan berita tersebut mendorong media untuk menyesuaikan cara produksi dan distribusi berita, yang pada akhirnya berdampak pada bagaimana manajemen redaksi dijalankan (Indah Sulistiani dkk., 2025). Manajemen redaksi merupakan inti dari pengelolaan organisasi media yang menentukan bagaimana keputusan editorial diambil, bagaimana tim produksi diorganisasikan, dan bagaimana proses produksi berita dilaksanakan secara sistematis. Terry (1954) menjelaskan bahwa manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (POAC) yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditentukan dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Pada media penyiaran, Morissan (2018) menjelaskan keberhasilan media sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama, yaitu teknik, program, dan pemasaran. Fokus penelitian ini terletak pada pilar program, yakni bagaimana manajemen redaksi

Republika mengelola program “Beritain Aja!” melalui fungsi-fungsi POAC dalam setiap tahapan produksinya.

Kajian mengenai manajemen redaksi media digital di Indonesia secara konsisten menunjukkan bahwa penerapan fungsi POAC menjadi fondasi utama dalam pengelolaan redaksi yang efektif, sebagaimana terlihat pada penelitian terhadap Konteks.co.id yang membuktikan perencanaan berbasis rapat redaksi berkontribusi pada peningkatan peringkat media tersebut di ekosistem digital Indonesia antara 2022 hingga 2024, penelitian Qodriyah & Harmonis (2022) terhadap Gontornews.com yang menyimpulkan penerapan manajemen redaksi yang dinamis dan fleksibel terbukti menjaga konsistensi dan kualitas konten, serta penelitian terhadap iNews dalam pemberitaan Pemilu 2024 yang mengungkap bagaimana perencanaan editorial bahkan dimulai satu tahun sebelum momentum utama pemberitaan berlangsung.

Seluruh penelitian tersebut, bagaimanapun, mengkaji manajemen redaksi pada produksi berita berbasis teks, sehingga belum ada yang secara spesifik menelaah bagaimana fungsi-fungsi POAC diterapkan dalam manajemen redaksi program *live streaming* berita di TikTok yang memiliki karakteristik dan tantangan yang secara fundamental berbeda, yakni tidak adanya jeda antara produksi dan penayangan, ketergantungan pada kebijakan platform pihak ketiga, serta tuntutan interaktivitas *real-time* dengan audiens. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara mendalam program *live streaming* “Beritain Aja!” milik Republika di TikTok @republikaonline untuk memahami bagaimana keputusan editorial diambil, bagaimana fungsi-fungsi POAC diterapkan dalam setiap tahapan produksi.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan metode studi kasus deskriptif mengacu pada Robert K. Yin (2018). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus untuk memahami bagaimana manajemen redaksi Republika dijalankan dalam produksi program *live streaming* “Beritain Aja!” di TikTok sebagai fenomena yang berlangsung dalam konteks nyata. Analisis penelitian menggunakan fungsi manajemen *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) dari George R. Terry untuk mengkaji proses manajemen redaksi pada tahapan praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi.

Subjek penelitian terdiri atas sembilan informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu tujuh informan yang terlibat langsung dalam produksi program, meliputi Pemimpin Redaksi, Head of Digital, Eksekutif Produser, Produser, Tim Kreatif, Host, dan vMix Operator. Pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap proses produksi program sehingga mampu memberikan informasi yang relevan sesuai fokus penelitian.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam semi-terstruktur sebagai teknik utama, kemudian diperkuat dengan observasi nonpartisipan terhadap pelaksanaan *live streaming*, studi dokumentasi, dan studi literatur. Keabsahan data

diuji melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari setiap informan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan program *live streaming* “Beritain Aja!” merupakan bentuk adaptasi Republika terhadap perubahan perilaku konsumsi berita masyarakat yang semakin bergeser ke media sosial, khususnya TikTok. Berdasarkan hasil wawancara, dorongan tersebut tidak hanya muncul karena tingginya penggunaan TikTok oleh generasi muda, tetapi juga karena adanya kekhawatiran bahwa citra Republika selama ini lebih dekat dengan pembaca usia dewasa. Kondisi itu mendorong Republika untuk menghadirkan produk jurnalistik yang lebih dekat dengan karakteristik konsumsi informasi generasi muda tanpa menghilangkan identitas editorial yang telah dibangun selama bertahun-tahun. Untuk menjangkau audiens yang lebih muda, redaksi melakukan serangkaian uji coba *live streaming* pada beberapa platform.

Pada tahap awal, TikTok belum menjadi platform utama program. Republika terlebih dahulu melakukan uji coba *live streaming* melalui Instagram. Namun, jumlah penonton dan tingkat interaksi yang diperoleh dinilai belum optimal sehingga siaran di Instagram tidak dilanjutkan secara rutin. Redaksi kemudian melakukan eksperimen di YouTube dengan harapan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa performa program di YouTube juga belum memenuhi target, terutama dari sisi jumlah penonton aktif selama siaran berlangsung.

Perubahan mulai terjadi setelah Republika memperoleh masukan dari pihak TikTok untuk memanfaatkan fitur *TikTok LIVE* secara lebih konsisten. Berdasarkan evaluasi terhadap performa ketiga platform, TikTok menghasilkan jangkauan, interaksi, dan pertumbuhan audiens yang lebih tinggi dibandingkan Instagram maupun YouTube. Sistem distribusi melalui algoritma *For You Page* (FYP) memungkinkan siaran menjangkau pengguna di luar pengikut akun sehingga peluang memperoleh audiens baru menjadi lebih besar. Atas dasar pertimbangan tersebut, Republika memutuskan memusatkan produksi “Beritain Aja!” di TikTok @republikaonline.

Keputusan tersebut kemudian memengaruhi konsep program secara keseluruhan. “Beritain Aja!” dikembangkan dengan format yang sesuai dengan karakteristik TikTok melalui penggunaan *split screen*, durasi penyampaian berita yang ringkas, gaya komunikasi *host* yang lebih santai, serta interaksi langsung dengan audiens melalui kolom komentar. Dengan demikian, adaptasi yang dilakukan tidak hanya menyangkut perpindahan platform distribusi, tetapi juga perubahan cara penyajian berita agar lebih sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial.

Planning

Tahap *planning* diawali dengan rapat editorial mingguan yang melibatkan Pemimpin Redaksi, Head of Digital, Eksekutif Produser, Produser, dan Tim Kreatif. Rapat tersebut menjadi forum utama untuk menentukan tema, memilih isu, menetapkan *host*, menyusun *rundown*, serta mempersiapkan kebutuhan teknis sebelum siaran berlangsung. Berbeda dengan perencanaan berita pada portal daring

yang berorientasi pada produksi artikel, perencanaan dalam “Beritain Aja!” juga mempertimbangkan bagaimana isu dapat disampaikan secara menarik dalam format audiovisual dan interaktif.

Pemilihan isu dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek, seperti agenda pemberitaan harian, isu yang sedang berkembang di masyarakat, serta tren percakapan di media sosial. Namun, penelitian menemukan bahwa keputusan editorial tidak sepenuhnya mengikuti isu yang sedang viral. Republika tetap mempertahankan identitas medianya dengan menyediakan ruang bagi pemberitaan mengenai keislaman dan Palestina dalam setiap episode. Temuan ini menunjukkan bahwa perencanaan program tidak hanya didasarkan pada logika algoritma, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai editorial yang menjadi karakter Republika.

Selain menentukan materi pemberitaan, tahap perencanaan juga mencakup penyusunan naskah yang disesuaikan dengan karakteristik TikTok. Naskah dirancang menggunakan bahasa yang lebih komunikatif dan ringkas agar mudah dipahami audiens tanpa mengurangi substansi informasi. Persiapan visual, pembagian urutan berita, hingga strategi interaksi dengan audiens juga menjadi bagian dari proses perencanaan. Dengan demikian, fungsi *planning* tidak hanya berorientasi pada isi berita, tetapi juga pada pengalaman audiens selama mengikuti siaran langsung.

Organizing

Pada fungsi *organizing*, penelitian menemukan bahwa struktur kerja tim “Beritain Aja!” tidak sepenuhnya mengikuti pembagian tugas yang bersifat formal. Tim produksi terdiri atas Pemimpin Redaksi, Head of Digital, Eksekutif Produser, Produser, Tim Kreatif, Host, *vMix* Operator, dan Editor Media Sosial yang bekerja dalam satu kesatuan selama proses produksi berlangsung.

Penelitian juga menemukan pembagian tugas antaranggota tim bersifat fleksibel. Dalam beberapa kondisi, Tim Kreatif tidak hanya bertugas menyusun naskah, tetapi juga membantu mengarahkan *host* ketika siaran berlangsung. Produser juga tidak hanya bertanggung jawab pada koordinasi produksi, tetapi ikut mengawasi kualitas audio, visual, serta kelancaran komunikasi selama siaran berlangsung.

Fleksibilitas tersebut muncul sebagai bentuk adaptasi terhadap keterbatasan sumber daya manusia sekaligus tuntutan produksi *live streaming* yang membutuhkan respons cepat. Pola pengorganisasian ini berbeda dengan struktur redaksi media konvensional yang memiliki pembagian kerja lebih tegas. Pada “Beritain Aja!”, batas antarperan menjadi lebih cair sehingga koordinasi dapat berlangsung lebih cepat tanpa harus melalui prosedur birokrasi yang panjang.

Actuating

Fungsi *actuating* terlihat pada pelaksanaan *live streaming* yang berlangsung secara *real time*. Setelah seluruh persiapan selesai, *host* menyampaikan berita berdasarkan naskah yang telah disusun Tim Kreatif dengan arahan Produser melalui *prompter*. Pada saat yang sama, *vMix* Operator mengatur tampilan visual, sementara Editor Media Sosial memantau interaksi audiens melalui kolom komentar.

Karakteristik *live streaming* membuat proses pelaksanaan berbeda dengan produksi berita berbasis teks. Tidak terdapat kesempatan untuk melakukan

penyuntingan setelah informasi disampaikan kepada audiens sehingga koordinasi antartim harus berlangsung secara terus-menerus selama siaran berlangsung. Setiap perubahan situasi, kendala teknis, maupun respons audiens harus direspons secara langsung agar kualitas siaran tetap terjaga.

Interaksi dengan audiens juga menjadi bagian penting dari pelaksanaan program. *Host* tidak hanya membacakan berita, tetapi juga merespons komentar dan pertanyaan yang masuk selama siaran berlangsung. Pola komunikasi dua arah tersebut menjadi salah satu pembeda utama “Beritain Aja!” dibandingkan program berita konvensional yang umumnya masih bersifat satu arah.

Controlling

Fungsi *controlling* dilakukan melalui evaluasi setelah siaran selesai. Evaluasi mencakup kualitas penyampaian *host*, kelancaran teknis, efektivitas koordinasi tim, serta capaian performa program berdasarkan data analitik TikTok. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk memperbaiki produksi pada episode berikutnya.

Penelitian menemukan bahwa proses pengawasan dalam “Beritain Aja!” memiliki karakteristik yang berbeda dengan media daring berbasis portal berita. Selain melakukan pengawasan internal, redaksi juga harus menyesuaikan diri dengan kebijakan komunitas dan algoritma TikTok yang berada di luar kendali organisasi. Pemilihan diksi, visual, maupun cara penyampaian berita perlu mempertimbangkan kemungkinan pembatasan dari platform agar distribusi konten tidak terganggu.

Kondisi itu menunjukkan bahwa fungsi *controlling* pada jurnalisme digital tidak lagi hanya berorientasi pada standar editorial internal, tetapi juga dipengaruhi oleh regulasi platform digital sebagai ruang distribusi berita. Dengan demikian, pengawasan menjadi proses yang terus berlangsung sejak tahap persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi setelah siaran.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital yang dilakukan Republika melalui program *live streaming* “Beritain Aja!” merupakan bentuk adaptasi organisasi media terhadap perubahan ekosistem distribusi berita di era platform. Kehadiran program ini tidak sekadar merepresentasikan perpindahan saluran distribusi dari media daring ke TikTok, tetapi juga mencerminkan perubahan cara redaksi mengemas, memproduksi, dan mendistribusikan berita sesuai karakteristik konsumsi informasi audiens digital. Pemilihan TikTok sebagai platform utama merupakan hasil evaluasi terhadap berbagai alternatif platform yang telah diujicobakan sebelumnya, sehingga keputusan tersebut didasarkan pada pertimbangan empiris mengenai jangkauan, interaktivitas, dan potensi keterlibatan audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa adaptasi media digital tidak cukup dilakukan melalui konvergensi teknologi, tetapi juga memerlukan penyesuaian terhadap logika platform (*platform logic*) yang membentuk pola distribusi dan konsumsi berita.

Penerapan fungsi POAC pada program “Beritain Aja!” memperlihatkan karakteristik yang berbeda dari formulasi klasik George R. Terry. Fungsi perencanaan tidak hanya diarahkan pada penentuan isu, tetapi juga mempertimbangkan keseimbangan antara tuntutan algoritma dan konsistensi

identitas editorial. Fungsi pengorganisasian menunjukkan struktur kerja yang lebih cair melalui praktik perangkapan peran sebagai konsekuensi keterbatasan sumber daya manusia. Pada saat yang sama, fungsi pelaksanaan dan pengawasan tidak lagi dapat dipisahkan secara tegas karena karakteristik *live streaming* menempatkan proses produksi, distribusi, dan evaluasi dalam satu rangkaian yang berlangsung secara simultan. Lebih jauh, penelitian ini memperlihatkan bahwa proses pengawasan redaksi tidak sepenuhnya berada dalam kendali organisasi, tetapi turut dipengaruhi oleh kebijakan komunitas dan algoritma TikTok yang berperan sebagai aktor eksternal dalam menentukan ruang gerak editorial. Dinamika tersebut menunjukkan bahwa praktik manajemen redaksi pada media berbasis platform tidak hanya ditentukan oleh mekanisme internal organisasi, tetapi juga oleh tata kelola platform digital yang menjadi ruang distribusi berita.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa teori POAC masih relevan digunakan untuk menganalisis manajemen redaksi pada media digital, namun penerapannya tidak lagi sepenuhnya mengikuti pola yang digambarkan George R. Terry. Pada produksi berita berbasis *live streaming*, keempat fungsi manajemen berlangsung secara lebih dinamis, pembagian tugas menjadi lebih fleksibel, dan fungsi pengawasan dipengaruhi oleh aturan platform digital yang berada di luar kendali organisasi. Temuan tersebut memperkaya kajian manajemen redaksi dengan menunjukkan bahwa praktik pengelolaan berita pada media berbasis platform menuntut penyesuaian terhadap karakteristik teknologi, pola distribusi, dan mekanisme kerja *live streaming*.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2026). Survei penetrasi internet dan perilaku pengguna internet Indonesia 2026. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Diakses melalui GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/tiktok-jadi-media-sosial-yang-paling-sering-diakses-publik-ri-2026-Mxwdn>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications. <https://books.google.co.id/books?id=X85J8ipMpZEC>
- GoodStats. (2026). TikTok jadi media sosial yang paling sering diakses publik RI 2026. Diakses dari <https://data.goodstats.id/statistic/tiktok-jadi-media-sosial-yang-paling-sering-diakses-publik-ri-2026-Mxwdn>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News? *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Husen, Z. A., & Swarnawati, A. (2025). MANAJEMEN REDAKSI PADA MEDIA DARING INEWS.ID DALAM PEMBERITAAN PEMILU 2024. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(Vol. 6 No. 4 (2025)), 1858–1873. <https://doi.org/https://doi.org/10.59141/japendi.v6i4.7648>
- Indah Sulistiani, Caroline Caroline, & Syarifuddin. (2025). CHANGES IN PUBLIC INFORMATION CONSUMPTION PATTERNS IN THE DIGITAL ERA: A LITERATURE STUDY ON DIGITAL JOURNALISM. *MORFAI JOURNAL*, 5(1), 204–208. <https://doi.org/10.54443/morfai.v5i1.2544>

- Kumalasari, A. D., & Setianingrum, V. M. (2019). *Manajemen Redaksi IDN Times dalam Menghadapi Persaingan Media Online* 91 MANAJEMEN REDAKSI IDN TIMES DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA ONLINE.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/tc.v1i2.26775>
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* Ed. Revisi. Kencana.
<https://books.google.co.id/books?id=3qbJDwAAQBAJ>
- Oktaviana, J. (2025). Manajemen Redaksi dalam Jurnalisme Bencana pada Portal Berita IDN Times. In *The Commecium* (Vol. 9).
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/tc.v9i2.66403>
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and New Media*. Columbia University Press.
<https://books.google.co.id/books?id=hMPTwAEACAAJ>
- Putri, T. D., & Radjagukguk, D. L. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN REDAKSI TELEVISI RADIO (TVR) PARLEMEN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENONTON DI ERA DIGITAL. <https://doi.org/https://doi.org/10.62728/jsshha.v2i1.322>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
<https://books.google.co.id/books?id=aFHZzwEACAAJ>
- Qodriyah, S. L., & Harmonis, F. (2022). Manajemen Media: Implementasi Fungsi Manajemen Redaksional Gontornews.com. *Jurnal Audiens*, 3(3), 131–140. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i3.13823>
- Terry, G. R. (1957). *Principles of Management*. R.D. Irwin.
<https://books.google.co.id/books?id=JgiA1qiKC-UC>
- Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
<https://books.google.co.id/books?id=lf7ADwAAQBAJ>
- Yin, Robert. K. (2018). *STUDI KASUS Desain Dan Metode Robert K. Yin*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=FBXAEAAAQBAJ>