

## STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI MEDIA ONLINE CERDIK INDONESIA DALAM MENGATASI PERSAINGAN ANTAR MEDIA ONLINE

Reni Mustikasari<sup>1</sup>, Kiki Zakiah<sup>2</sup>, Safutra Rantona<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung

<sup>3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer Indonesia

E-mail:

[renimustikasari98@gmail.com](mailto:renimustikasari98@gmail.com)<sup>1</sup>, [kikizakiahdarmawan@gmail.com](mailto:kikizakiahdarmawan@gmail.com)<sup>2</sup>, [safutra@email.unikom.ac.id](mailto:safutra@email.unikom.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstract

*This Study is purposed to determine how the management communication business strategy which has done by Cerdik Indonesia to overcome the competition between online media. The method which is use in this study is by a qualitative approach with POAC communication management analysis theory. Data collection techniques used in this study are documentation study, literature study, observation and in – depth interviews. The results of this study indicate that the management strategy which is use by Cerdik Indonesia has a good foundation and effective communication. Starting from the planning stage to controlling, the editor- in –chief of Cerdik Indonesia has a full responsibility to compete with online media competitor.*

**Keywords:** *Communication, Management Strategy, Management, Business Communication, Online Media*

### Abstrak

Perkembangan internet yang semakin pesat menyebabkan menjamurnya media online di Indonesia. Hal ini menjadi semakin banyaknya persaingan antar media online tersebut. Dengan banyaknya persaingan antar media online tersebut penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana strategi manajemen komunikasi yang dilakukan oleh Cerdik Indonesia sebagai media online baru untuk mengatasi persaingan antar media online lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kualitatif dengan analisis teori manajemen komunikasi POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi, studi kepustakaan, observasi dan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi manajemen yang diterapkan oleh Cerdik Indonesia memiliki landasan komunikasi yang baik dan efektif. Mulai dari tahap *planning* Cerdik Indonesia mengambil langkah untuk evaluasi hasil kinerja sebelumnya lalu mempertahankan yang baik kemudian mengganti yang tidak efektif. Pada tahap *organizing* Cerdik Indonesia menggunakan pendekatan komunikasi dengan tim divisi, selanjutnya pada tahap *actuating* Cerdik Indonesia menggunakan komunikasi efektif untuk menggerakkan tim divisi, terakhir pada tahap *controlling* Pimpinan Redaksi Cerdik Indonesia mengawasi semua artikel agar sesuai dengan peraturan perusahaan. Dari analisis teori manajemen POAC tersebut dapat dilihat bahwa hasil penelitian strategi manajemen Cerdik Indonesia mengatakan bahwa *Planning, Organizing, Actuating dan Controlling* merupakan poin penting dalam manajemen komunikasi suatu perusahaan. Selain itu pimpinan redaksi Cerdik Indonesia juga memegang penuh tanggung jawab untuk bersaing dengan media online kompetitor.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Strategi Manajemen, Manajemen, Komunikasi Bisnis, Media Online

## 1. Pendahuluan

Cerdik Indonesia.com merupakan salah satu *incubator* Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). PRMN dibentuk sejak bulan Februari 2020 membentuk *incubator* seluruh Indonesia termasuk CerdikIndonesia.com. CerdikIndonesia.com bergabung dengan PRMN sejak tanggal 24 Agustus 2021.

PRMN membentuk *incubator* media seluruh Indonesia berharap membangun informasi berbasis kewirausahaan serta membangun konsep digitalisasi. Digitalisasi saat ini menjadi salah satu hal yang masuk dalam kehidupan sehari-hari. Seiring berkembangnya zaman manusia mampu menciptakan era industri yang baru. Perkembangan zaman inilah membuat perkembangan teknologi juga semakin canggih.

Termasuk perkembangan teknologi media komunikasi dan informasi. Karena digitalisasi ini lah akhirnya melahirkan sebuah media baru. Dengan adanya media baru inilah komunikasi kini bisa diakses hanya dengan menggunakan internet. Dalam (Komunikasi et al., 2016) Internet memiliki peranan yang cukup penting sebagai alat (*channel*) untuk mengirim atau menyampaikan pesan (*message*) dari seorang komunikator atau penyalur pesan (*source*) kepada seorang komunikan atau penerima pesan (*receiver*).

Sebagai media komunikasi internet memiliki sifat transaksional, yang berarti bahwa terdapat interaksi yang dilakukan antarindividu secara intensif (terus-menerus) dan adanya umpan balik (*feedback*) dari antarindividu saat berinteraksi tersebut. Manusia berbondong-bondong menciptakan media baru agar bisa digunakan lebih praktis. Penemuan teori media baru ini pertamakali ditemukan oleh Pierre Levy. Pierre Levy Dalam (Tilawah et al., 2017) memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai suatu lingkungan informasi yang fleksibel, terbuka dan dinamis, yang pada

akhirnya memungkinkan untuk manusia dapat mengembangkan orientasi pengetahuan baru dan terlibat dalam dunia yang demokratis tentang pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan masyarakat.

Media baru ini sangat berbeda dengan media kontemporer sebelumnya seperti TV, Radio, Koran dan media massa lainnya. Sebab media baru atau media digital ini dapat diakses oleh siapapun tanpa persyaratan apapun, dengan bermodalkan internet semua orang bisa menggunakan media baru dan mendapatkan informasi yang ia inginkan dengan cepat. Berbeda dengan media massa atau media kontemporer yang hanya bisa disajikan oleh perusahaan-perusahaan media. (Tilawah et al., 2017)

Dengan adanya media baru ini manusia sangat dimudahkan untuk mendapatkan informasi yang cepat hanya dengan internet. Karena adanya digitalisasi inilah media komunikasi atau media informasi juga mengalami perkembangan mengikuti zaman, seperti media online. Adanya media online ini terbentuk karena digitalisasi dan kebutuhan informasi yang cepat dan di inginkan masyarakat. New Media atau media online dapat diartikan sebagai produk dari komunikasi yang diberikan tempat oleh teknologi seperti komputer digital atau teknologi-teknologi canggih lainnya. (Creeber dan Martin, 2009) dalam (Tilawah et al., 2017)

Sedangkan media online itu sendiri adalah media baru atau new media yang memiliki cara penyampaian informasi berbeda dari media kontemporer yaitu media massa seperti media cetak dan media elektronik. Media online ini dapat diakses dan digunakan jika menggunakan perangkat berbasis komputer dan adanya koneksi internet untuk mencari dan menerima informasi yang diinginkan. Selain itu, internet yang digunakan untuk mengakses media online ini memiliki karakteristik yang tidak terbatas, artinya semua pengguna internet bebas mengakses apapun. Seperti saat

mengakases informasi dan menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online.

Menurut (Asep Syamsul M. Romli, 2012) dalam bukunya *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, Media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak seperti koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (*electronic media*) seperti radio, televisi, dan film/video. Media Online juga termasuk dalam produk jurnalistik online atau *cyber journalism*. Jurnalistik online adalah laporan yang bersifat fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Selanjutnya, media online dapat disimpulkan sebagai media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet) seperti *website* (situs web, termasuk *blog*), *radio online*, *TV online*, dan *email*.

Salah satu media online yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Cerdik Indonesia. Cerdik Indonesia merupakan media online yang dibawah oleh Pikiran Rakyat Media Network. Cerdik Indonesia itu sendiri merupakan media online yang memberitakan mengenai informasi-informasi terkini yang kredibel. Cerdik Indonesia memfokuskan beritanya pada informasi-informasi umum seperti gempa bumi, angin kencang, hingga berita mengenai politik. Namun Cerdik Indonesia ini merupakan salah satu portal yang masih terbilang baru dan belum dikenal oleh masyarakat sehingga Cerdik Indonesia harus mampu bersaing dengan platform-platform kompetitor yang lebih besar. Karena itulah perusahaan ini membutuhkan strategi manajemen yang baik agar mampu berdiri kokoh dan mampu mencapai tujuannya.

Strategi Manajemen merupakan poin penting dari berdirinya sebuah perusahaan. Manajemen itu sendiri adalah kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan awal yang sudah ditentukan. Manajemen ini dapat dilakukan baik oleh individu maupun sebuah organisasi untuk meraih pencapaian yang

diinginkannya dengan melakukan aspek-aspek penting dalam manajemen. Menurut Wilson Bangun (2016:6) dalam (Khoerunnisa, 2019) manajemen adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh sekelompok orang atau anggota organisasi guna mencapai tujuan organisasi tersebut dengan terencana, teratur dan tersusun dengan baik. Sedangkan pengertian manajemen lainnya dikemukakan oleh James A.F. Stoner manajemen adalah suatu proses yang harus dilakukan oleh anggota organisasi seperti perencanaan, kepemimpinan, pengorganisasian serta pengendalian guna mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan terlebih dahulu (Stoner, n.d.)

Di dalam strategi manajemen sebuah perusahaan, hadirnya komunikasi memang sangat berperan penting. Adanya komunikasi yang baik maka akan terlaksanakannya strategi manajemen yang baik pula. Adapun dalam hal ini, komunikasi secara sederhana menurut Stewart L. Tubb dan Sylvia Moss dalam (Handayani, 2011) adalah suatu proses pertukaran informasi yang membentuk suatu makna antara dua orang atau lebih. Lalu jika dikaitkan dengan manajemen komunikasi dapat didefinisikan bahwa komunikasi memiliki peran penting dalam manajemen perusahaan, komunikasi digunakan untuk mengatur jalannya manajemen seperti perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan.

Mengacu pada berbagai pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen komunikasi adalah suatu aktivitas yang didalamnya terdapat perencanaan, penggerakan, pengorganisasian serta pengendalian yang mana seluruhnya diharuskan menggunakan komunikasi yang efektif untuk mendapatkan hasil sesuai dari tujuan perusahaan yang telah disepakati. Fungsi dari manajemen komunikasi adalah sebagai kendali jalannya sebuah perusahaan, sebagai motivasi bagi para anggota organisasi, sebagai bentuk pengungkapan emosional antar anggota organisasi, serta

sebagai alat penyampaian informasi yang efektif.

Namun fungsi manajemen komunikasi juga akan dianggap tidak berhasil jika komponen dalam manajemen komunikasi seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan tidak dilakukan dengan baik seperti hasil penelitian sebelumnya dengan judul Strategi Manajemen Redaksi Majalah Mingguan Mangle Di Era Digital yang ditulis (Suryani & Srimulyani, 2019) mengatakan bahwa strategi manajemen komunikasi Majalah *Mangle* adalah dengan adanya perencanaan pembuatan konten untuk rubrikasi dengan menggunakan riset dan terjun ke lapangan. Hal ini dilakukan majalah *Mangle* untuk tetap bertahan hidup di era konvergensi media. Namun tak dapat dipungkiri strategi manajemen komunikasi yang dilakukan majalah *Mangle* ternyata tidak semua efisien, perencanaan dan konsep yang dilakukan oleh majalah *Mangle* dinilai tidak matang sehingga memengaruhi ketiga fungsi manajemen tersebut tidak berjalan lancar. Hal ini dapat dilihat bahwa fungsi manajemen komunikasi akan gagal jika dari tahap perencanaan tidak dilakukan dengan matang dan terstruktur.

Namun selain itu jika manajemen komunikasi dilakukan dengan efektif maka akan mendapatkan hasil yang baik pula, seperti penelitian yang dilakukan (Cholis & Wardiana, 2019) dengan judul Manajemen Strategi Redaksi Dan Bisnis Koran Olahraga *Top Skor* Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media *Online* Di Era Konvergensi Media mengatakan bahwa koran olahraga *Top Skor* mampu menjalankan fungsi manajemen komunikasi dengan baik, bahkan strategi yang dilakukan oleh koran olahraga *Top Skor* adalah dengan merencanakan untuk mendapatkan iklan dan melakukan promosi serta event untuk menarik perhatian publik.

Selain itu manajemen komunikasi juga memiliki tujuan utamanya yaitu untuk meningkatkan komunikasi dengan orang lain serta memanfaatkan perkembangan teknologi

yang semakin canggih (Sahputra, 2020). Karena pentingnya manajemen komunikasi inilah penelitian ini bermaksud untuk menganalisa strategi manajemen komunikasi yang dilakukan oleh media online Cerdik Indonesia yang hingga kini masih mampu bertahan dan bersaing dengan media kompetitor lainnya.

## 2. Tentang CerdikIndonesia.com

### Kerja Sama CerdikIndonesia dengan Eksternal

CerdikIndonesia telah berumur 18 bulan semenjak bergabung dengan PRMN. Kini, CerdikIndonesia.com telah melakukan beberapa kerja sama dengan pihak terkait sesuai dengan kaidah-kaidah ilmu jurnalistik. Dalam mencari pembaca yang luas serta lintas umur, membuat banyak pihak menjalin kerja sama dengan Cerdik Indonesia, pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Shopee, *platform* belanja *online* ini telah menjalin kerjasama dengan Cerdik Indonesia dengan memasang iklan di halaman website Cerdik Indonesia.
2. Kominfo, Kementerian Komunikasi dan Informatika juga turut melakukan kerjasama dengan Cerdik Indonesia.
3. Universitas Langlangbuana Bandung, selain Shopee dan Kominfo, Universitas Langlangbuana juga melakukan kerjasama dengan Cerdik Indonesia.
4. IISIP Yapis, Papua dan Universitas Cendana Kupang. Selain Universitas Langlangbuana Bandung, dua universitas ini juga bekerja sama dengan Cerdik Indonesia.

### Visi Misi CerdikIndonesia.com

Logo adalah salah satu hal penting bagi sebuah perusahaan. Logo merupakan sebuah representasi visual dan lambang identitas

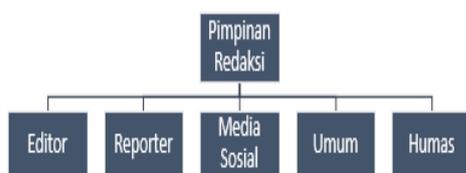
yang menjadi ciri khas suatu perusahaan. Berikut adalah logo dari CerdikIndonesia.com:



### Struktur CerdikIndonesia.com

Struktur organisasi menggambarkan suatu sistem hierarki yang menyusun perusahaan. Tim Cerdik Indonesia terdiri dari orang-orang yang mumpuni di bidang konten, komunikasi, dan promosi. Terdapat lebih dari 10 konten kreator yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia dari Aceh hingga Papua. Adapun struktur organisasi dari Cerdik Indonesia adalah sebagai berikut:

**Gambar 1.7**  
**Struktur Organisasi CerdikIndonesia.com**



Sumber: Arsip Penulis, Januari 2022

1. Pimpinan Redaksi:  
Rio Kurniawan
2. Editor:
  - Yuan Ifdal Khoir
  - Reni Susanti
  - Reni Mustikasari
3. Reporter:
  - Agatha Sintia Wamaer
  - Desy Aliyanti Sari
  - Halimatussa'diah Simangunsong

- Reni Mustikasari
  - Shabirin Arga
  - Utama Muhammad
  - Ussy Sara Salim
  - Raudya
4. Media Sosial:
    - Sheila Dirga
    - Jeri Yanto Cardoso Nheu
    - Nabilla Dinda Pramesti
  5. Umum:  
Tommy Destryanto
  6. Humas:  
Yani Andriyani

### Deskpembaca Cerdik Indonesia.com

Hingga saat ini, Cerdik Indonesia memiliki lima (5) rubrik yang selalu menyajikan informasi teraktual dari sumber yang valid, yaitu:

1. Edukasi, mengangkat informasi pendidikan dari tingkat sekolah dasar hingga perguruan tinggi, termasuk pendidikan non formal dan *soft skill*.
2. News, rubrik ini memuat berita *hardnews* terkini baik isu nasional, daerah, ataupun internasional yang dikupas tuntas.
3. Travel, menyajikan informasi seputar plesiran yang bermanfaat dengan gaya cair dan enak dibaca.
4. Galeri, menampilkan jepretan dan dokumentasi penting tentang isu terkini atau wisata.
5. Video, menyuguhkan informasi audio visual kepada pembaca dengan lebih menarik.

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif yang berarti dalam penelitian kualitatif cenderung menggunakan analisis dan berusaha

menjabarkan suatu gejala kepada sebuah penjelasan ilmiah yang didasarkan pada penemuan dan pengumpulan fakta dan data selama proses penelitian.

Metode penelitian kualitatif deskriptif ini memiliki sudut pandang subjektif dari partisipan sehingga untuk hasil akhirnya tidak dapat digeneralisasikan. Dapat disimpulkan bahwa metode riset ini menggambarkan secara jelas suatu permasalahan atau fakta yang ditemukan di lapangan. Sebagai contoh penelitian tentang persepsi, perilaku, motivasi dan lain-lain secara holistic dan dideskripsikan dengan bentuk kata-kata atau kalimat.

Menurut (Sugiyono, 2017) teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang strategi dalam penelitian, karena dalam suatu penelitian, pengambilan data adalah tujuan utama dalam penelitian. Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, antara lain: teknik observasi, wawancara mendalam, studi kepustakaan dan dokumentasi. Selain itu untuk menganalisis manajemen komunikasi Cerdik Indonesia, peneliti menggunakan teori manajemen yang secara umum terdapat empat fungsi yang merupakan aspek penting dalam bentuk manajemen komunikasi, yaitu perencanaan (*planning*), mengatur (*organize*), penggerakan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*) (Arumsari, 2017).

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Persaingan antara media online merupakan hal yang sangat lumrah di era digitalisasi ini, mengingat banyaknya pengguna internet di Indonesia yang kini bergantung pada akses internet. Cerdik Indonesia merupakan salah satu media online baru dibawah naungan Pikiran Rakyat Media Network memiliki sejumlah tugas untuk dapat bersaing dengan media online kompetitor yang sebelumnya telah memiliki nama.

Hasil penelitian ini berupa strategi manajemen komunikasi bisnis yang telah dilakukan oleh Cerdik Indonesia dalam menghadapi persaingan, antara lain: *Planing*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pimpinan Redaksi Cerdik Indonesia, (Reni Susanti, Wawancara. 1 Maret 2021) menganggap bahwa persaingan antar media online ini sangat berat, mengingat menjamurnya media online di Indonesia yang mana harus bersaing untuk bertengger di Google. Dengan persaingan-persaingan inilah tim Cerdik Indonesia memiliki strategi manajemen yang akan peneliti analisis dengan menggunakan Teori Manajemen POAC.

#### Strategi Manajemen Komunikasi Cerdik Indonesia

**Tabel 1 Analisis Strategi Manajemen Komunikasi Cerdik Indonesia menggunakan Teori Manajemen Komunikasi POAC**

Planning	Evaluasi kinerja sebelumnya, mempertahankan rencana sebelumnya yang baik dan mengganti rencana yang dinilai tidak efektif. Dan perencanaan selanjutnya mengedepankan pemilihan konten yang nantinya akan membuat pembaca melirik platform media online tersebut dan menyajikan berita yang terupdate dan teraktual.
Organizing	Menggunakan pendekatan komunikasi bersama dengan tim divisi atau content creator
Actuating	Penggerakannya dengan cara menyemangati dan mengingatkan setiap content creator untuk melakukan tugasnya dengan baik
Controlling	Melakukan pengawasan dan selalu cek semua artikel yang naik, jika artikel tidak sesuai peraturan perusahaan artikel tersebut langsung <i>take down</i>

## *Planning*

Untuk menghadapi persaingan dengan media online lainnya Cerdik Indonesia melakukan beberapa rencana, namun sebelum perencanaan tersebut dilakukan, pihak Cerdik Indonesia melakukan evaluasi konten dan kinerja karyawan. Evaluasi ini dilakukan agar tim Cerdik Indonesia dapat merencanakan strategi manajemen yang lebih baik. Reni Susanti selaku Pimpinan Redaksi dari Cerdik Indonesia ini mengevaluasi konten bulan lalu, bagaimana pembacanya, konten apa yang laris di bulan lalu, hingga kinerja karyawan. Tak segan-segan Reni Susanti menegur content creator yang memiliki kinerja buruk, hal ini ia lakukan agar bulan selanjutnya untuk meningkatkan kinerjanya.

Perencanaan ini dilakukan untuk menyusun berita atau konten yang akan di naikan. Evaluasi tiap minggu atau bulanan yang dilakukan oleh tim Cerdik Indonesia ini masuk dalam tahap perencanaan. Penentuan konten apa yang harus dinaikan juga termasuk dalam perencanaan. Setelah evaluasi berlangsung biasanya Reni Susanti langsung memberikan strategi perencanaannya, misalnya untuk bulan ini ada beberapa berita yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat, seperti pencairan bantuan sosial dari pemerintah, atau ada event-event dari pemerintah dan drama-drama terbaru yang akan tayang. Konten-konten yang diprediksi akan banyak pembaca ini sebaik mungkin harus di tulis oleh setiap content creator. Selain itu, content creator juga diharuskan untuk update sosial media. Hal ini menjadi wajib karena sifat dari media online adalah kecepatan berita, content creator tidak boleh ketinggalan berita-berita ter-update yang sedang ramai diperbincangkan khalayak sosial media.

## *Organizing*

Pengorganisasian merupakan hal yang cukup penting dalam manajemen perusahaan. Di pengorganisasian ini pihak Cerdik Indonesia tentu mengedepankan komunikasi yang baik. Selain itu setelah adanya perencanaan, maka jajaran redaksi seperti Editor, Content Creator hingga tim Media Social Marketing melakukan tugasnya masing-masing. Namun ternyata beberapa content creator tidak bekerja semestinya, misal dalam tahap perencanaan Cerdik Indonesia mewajibkan content creator menulis artikel berita setidaknya dalam sehari berjumlah 10 artikel. Namun jika ada content creator yang tidak dapat memenuhi kewajiban tersebut, pihak Cerdik Indonesia akan menanyakan penyebab penurunan kinerja yang dilakukan content creator tersebut. Jika alasannya dapat diterima maka Cerdik Indonesia akan memberikan waktu untuk beristirahat kepada content creator tersebut, setelahnya Cerdik Indonesia akan menanyakan keputusannya apakah akan melanjutkan sebagai content creator di Cerdik Indonesia atau tidak.

Dengan memiliki content creator yang berkinerja buruk, Rio Kurniawan sebagai Pimpinan Redaksi akan menggunakan metode pendekatan komunikasi yang baik terlebih dahulu sebagai Pimpinan Redaksi. Karena didalam sebuah organisasi, komunikasi adalah point penting yang harus dilakukan antara atasan dan bawahan, sehingga dapat bekerjasama dengan lebih baik.

## *Actuating*

Actuating atau penggerakan dilakukan agar perencanaan yang sudah di atur sedemikian rupa sehingga dapat terlaksana dengan baik. Setelah tahap perencanaan dan pengorganisasian anggota organisasi atau divisi diharapkan mengerjakan tugasnya sesuai dengan perannya masing-masing. Penggerakan ini dilakukan oleh pimpinan

perusahaan yang mana dalam tahap ini gaya kepemimpinan dari sang pemimpin menjadi poin penting.

Adanya penggerakan ini dimaksudkan untuk menggerakkan tim divisi agar seluruh tim divisi dapat bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan tersebut. pelaksanaan kerja yang dilakukan tim divisi haruslah sejalan dengan rencana kerja yang telah disusun sebelumnya pada tahap perencanaan dan pengorganisasian. Dengan begitu sistem manajemen komunikasi pada perusahaan tersebut bisa berjalan dengan baik.

Maka dari itu dari pihak Cerdik Indonesia melakukan penggerakan dengan mengingatkan semua content creator untuk menulis sesuai dengan jumlah kesepakatan yaitu 10 artikel sehari. Hal ini dilakukan agar jumlah artikel naik di Cerdik Indonesia ini sesuai target yang nantinya akan menunjang posisi di Google Analytics sesuai perencanaan yang telah di sepakati sebelumnya.

### **Controlling**

*Controlling* atau pengawasan merupakan aksi yang harus dilakukan guna memastikan alur kerja berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan utama dilakukannya pengawasan adalah agar menjaga proses bisnis berjalan sesuai rencana atau tidak. Dalam hal ini pemimpin organisasi atau perusahaan tersebut memiliki peran yang cukup penting. Seperti dalam tahap *actuating*, pimpinan redaksi Cerdik Indonesia akan mengawasi kinerja content creator, melihat berapa jumlah artikel yang telah di tulis, dan artikel apa yang telah di naikkan, apakah artikel yang ditulis sudah sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan di Cerdik Indonesia.

Pengawasan ini juga berlaku pada konten yang ditulis oleh content creator, konten yang di naikkan di Cerdik Indonesia tidak boleh memuat isu-isu sara yang nantinya akan menimbulkan kegaduhan, selain itu pimpinan redaksi Cerdik Indonesia juga akan melihat penulisan dari content creator tersebut, mulai

dari judul hingga gambar yang digunakan. Hal ini dilakukan karena Cerdik Indonesia ini merupakan salah satu platform media online yang menjunjung idealisme jurnalistik, sehingga konten-konten yang di naikkan juga harus sesuai dengan idealisme jurnalistik.

### **5. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Cerdik Indonesia memiliki strategi manajemen komunikasi bisnis meliputi tahap *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* semua strategi tersebut dilakukan oleh Rio Kurniawan sebagai Pimpinan Redaksi dengan menggunakan komunikasi yang baik. Komunikasi menjadi dasar yang kuat untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik, sehingga perusahaan Cerdik Indonesia ini bisa bertahan dan mampu bersaing dengan media online kompetitor.

Di tahap *planning* Cerdik Indonesia mengedepankan pemilihan konten yang nantinya akan membuat pembaca melirik platform media online tersebut dan menyajikan berita yang terupdate dan teraktual. Selanjutnya ditahap *organizing* Cerdik Indonesia mencoba untuk menerapkan efisiensi content creator. *Actuating* yang dilakukan oleh Cerdik Indonesia adalah mengingatkan dan menyemangati setiap content creator untuk meningkatkan kinerjanya. Dan yang terakhir tahap *controlling* yang dilakukan oleh Cerdik Indonesia adalah dengan mengawasi semua kinerja karyawan yang tergabung dalam Cerdik Indonesia agar perusahaan berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan awal.

### **Daftar Pustaka**

- Arumsari, N. R. (2017). Penerapan Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling di UPTD Dikpora Kecamatan Jepara. *Jurnal Ekonomi Bisnis Kontemporer*, 3(2), 90–104.

