



# MANAJEMEN INFORMASI DI INDUSTRI MEDIA: STUDI KASUS PUSAT DATA REPUBLIKA

Salwa\*, Fuad Gani\*

\*Departemen Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Universitas Indonesia  
Email: [salwaawaa@gmail.com](mailto:salwaawaa@gmail.com), [bangfu.08@gmail.com](mailto:bangfu.08@gmail.com)

(Submitted: 05-08-2019, Revised: 16-09-2019, Accepted: 13-12-2019)

DOI: [10.24252/kah.v7i2a7](https://doi.org/10.24252/kah.v7i2a7)

**ABSTRAK:** Penelitian ini membahas tentang manajemen informasi di Pusat Data Republika. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menggambarkan proses penerapan manajemen informasi serta untuk mengidentifikasi hambatan atau kendala dalam penerapannya. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Metode lain yang digunakan adalah audit informasi. Audit informasi digunakan sebagai alat petunjuk agar tahapan-tahapan dalam penelitian lebih terarah. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dengan informan, analisis dokumen, dan observasi secara langsung di Pusat Data Republika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pusat Data Republika menerapkan 5 tahap manajemen informasi, yaitu: identifikasi kebutuhan informasi, akuisisi, pengelolaan dan penyimpanan, layanan dan produk informasi serta penyaluran dan penggunaan informasi. Kebiasaan kerja wartawan sangat berpengaruh terhadap penerapan manajemen informasi di Pusat Data karena mereka merupakan pengguna utama yang dilayani. Hal ini diwujudkan dengan mengembangkan web base sebagai sarana temu kembali pihak internal, sedangkan untuk pihak eksternal menggunakan aplikasi koran elektronik Gerai Republika. Dalam proses penerapannya terdapat empat hambatan yang dihadapi, yaitu: seringnya perubahan nama rubrik pada koran, tidak adanya prosedur operasi standar, software pada web base yang tidak berfungsi secara maksimal, dan yang terakhir tempat penyimpanan informasi yang terbatas.

**Kata kunci:** Manajemen informasi; alur informasi; audit informasi; Republika; Pusat Data Republika

## **INFORMATION MANAGEMENT IN MEDIA INDUSTRY: A CASE STUDY IN THE REPUBLIKA DATA CENTER**

**ABSTRACT:** This research discusses about the implementation of information management at Republika Data Center. The purpose of this study is to describe the process of implementing information management and identifying the obstacles. This research uses a qualitative approach with a case study method. Another method that is being used on this research is information audit. It is being used as a tool so, all the stages could help the research to be more directed. The data collection is being done by interviewing informants, document analysis and observation. The study founded that Republika Data Center applied 5 stages of information management; identification of information needs, information acquisition, information organization and storage, and information distribution. The work habits of journalists are very influential on the application of information management because they are the main user in the company. It affects the data center to develop a web base for information retrieval tools, meanwhile for the external user, they create an electronic paper application called Gerai Republika. In the process of implementation, there are four obstacles, such as: the rubric's name on the newspaper that changes frequently, there's no standard operating procedure, software on the web base that does not function optimally, and the limitation of information storage facilities.

**Keywords:** Information management; information flows, information audit; Republika; Republika Data Center

## **1. PENDAHULUAN**

Pada masa kini informasi memiliki peran penting bagi setiap organisasi atau perusahaan. Hal ini dikarenakan informasi dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang akurat serta menjadi elemen utama untuk memenangkan kompetisi global. Lateef (2019) menjelaskan bahwa era informasi ini membuat informasi semakin berlimpah yang membuat organisasi terus-menerus mendapat tekanan untuk beradaptasi, berinovasi dan mempercepat proses pengelolaan informasi agar tetap mampu berkompetisi. Sebagaimana Leming (2015) yang menyatakan bahwa informasi merupakan sebuah aset vital dalam kegiatan bisnis di organisasi mana pun karena setiap kegiatan dalam organisasi harus berlandaskan pada informasi yang ada. Tanpa kehadiran informasi, maka proses pengambilan keputusan secara efektif dan efisien akan berpengaruh, menghambat kegiatan dan layanan di organisasi serta mempengaruhi kinerja organisasi dalam mencapai tujuannya.

Leming (2015) melanjutkan bahwa informasi merupakan aset yang vital, maka dari itu setiap organisasi harus dapat mengelolanya secara baik dan benar. Penting bagi setiap organisasi untuk dapat melakukan manajemen informasi. Kegiatan manajemen informasi harus menjadi fungsi utama dalam sebuah organisasi, setara dengan manajemen aset penting lainnya seperti keuangan, sumber daya manusia, dan properti yang berfungsi untuk memastikan konsistensi dari tujuan, peran dan visi organisasi. Menurut David P. Best (2010), manajemen informasi penting dilakukan agar informasi dapat terkoordinasi mulai dari pembuatan, pengawasan, penyimpanan, temu kembali dan penyebaran informasi dari sumber-sumber eksternal maupun internal dalam rangka meningkatkan kinerja sebuah organisasi. Owens (1997) di dalam Joyce Kirk (1999), melakukan survei terhadap perusahaan di Inggris. Survei tersebut membuktikan bahwa manajemen informasi dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi. Perusahaan yang telah sadar bahwa informasi merupakan aset yang berharga adalah perusahaan yang lebih sukses ketimbang perusahaan lainnya. Hal ini dikarenakan mereka memberikan perhatian yang lebih terhadap isu-isu manajemen informasi dan penciptaan budaya informasi sebagai cara untuk memastikan kesuksesan yang berkelanjutan.

Maka tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu indikator kesuksesan dalam sebuah organisasi, baik yang mencari laba maupun nirlaba, terletak pada bagaimana organisasi tersebut dapat mendayagunakan salah satu aset terbesarnya yaitu informasi. Republika sebagai salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia sadar akan pentingnya pengelolaan informasi karena perusahaan ini bergerak sebagai agen pencipta informasi. Berangkat dari hal ini, Republika mendirikan Pusat Data untuk mendukung proses manajemen informasi secara terpusat.

Pusat Data Republika didirikan sebagai salah satu unit penting dalam mendukung kinerja lembaga induknya secara keseluruhan sehingga dapat memberikan kontribusi yang maksimal bagi tercapainya visi dan misi perusahaan. Pusat Data juga didirikan untuk mengantisipasi kebutuhan informasi pengguna yang berubah setiap saat karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat sehingga dapat mempengaruhi pengguna dalam melakukan pencarian informasi. Selain itu, Pusat Data dituntut untuk dapat memberikan jasa layanan informasi yang sesuai dengan kebutuhan individu baik di dalam maupun di luar organisasi. Berdasarkan pernyataan ini, Pusat Data memiliki peran sentral dalam melakukan proses manajemen informasi di perusahaan, yang di dalamnya mencakup proses analisis kebutuhan informasi, akuisisi informasi, pengorganisasian dan penyimpanan informasi, layanan dan produk informasi, serta penyaluran informasi.

Pusat Data Republika adalah bagian yang berfungsi untuk menangani seluruh aset penting agar tertata dengan baik untuk keperluan institusi. Bagian ini berperan sebagai sumber data utama untuk memenuhi kebutuhan informasi para wartawan. Selain itu, Pusat Data memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat umum seperti peneliti yang membutuhkan informasi penting yang dimuat di dalam koran Republika. Dalam menjalankan tugasnya, salah satu jenis informasi yang dikelola oleh Pusat Data adalah berita yang dimuat di Harian Umum Republika setiap harinya. Maka dari itu, Pusat Data harus dapat memastikan bahwa informasi yang berkualitas dapat tersedia bagi yang membutuhkannya. Informasi yang kemudian dihasilkan oleh Republika harus dapat dipertanggungjawabkan kepada publik dan dikelola berdasarkan data dan fakta di lapangan. Manajemen informasi salah satunya ditentukan

oleh proses pemeriksaan alur informasi yang sistematis dan berdasarkan pada suatu perencanaan agar dapat memenuhi kebutuhan informasi publik. Proses pemeriksaan alur informasi di suatu unit kerja/lembaga secara sistematis disebut dengan audit informasi. Buchanan dan Gibbs (2008) dalam Sharma dan Singh (2011) mendefinisikan audit informasi sebagai sebuah proses untuk menemukan dan mengawasi sumber dan alur informasi di dalam sebuah organisasi dalam rangka menerapkan, memelihara dan meningkatkan manajemen informasi di organisasi tersebut. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, penulis menggambarkan proses manajemen informasi dan alur informasi yang berjalan di Pusat Data Republika.

Penulisan artikel ini bertujuan untuk menggambarkan proses penerapan manajemen informasi di Pusat Data Republika dan untuk mengidentifikasi hambatan atau kendala dalam penerapan manajemen informasi di Pusat Data Republika. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan pada bagian tersebut.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **a. Manajemen Informasi**

David P. Best dalam artikelnya yang berjudul *The Future of Information Management* (2010) menjelaskan bahwa manajemen informasi adalah pengkoordinasian secara efektif, efisien, dan ekonomis yang dimulai dari pembuatan, pengawasan, penyimpanan, temu kembali dan penyebaran informasi dari sumber-sumber eksternal maupun internal dalam rangka meningkatkan kinerja sebuah organisasi. Pawit M. Yusuf (2012) menyatakan bahwa manajemen informasi dapat dikonsepsikan sebagai studi tentang implementasi prinsip manajemen pada bidang atau kegiatan yang terkait dengan akuisisi, organisasi, pengendalian, distribusi informasi, penggunaan informasi, yang ada dalam lingkup organisasi dengan memberikan penekanan pada upaya pengefektifan kinerjanya. Informasi dalam konteks ini meliputi semua jenis dan sumber-sumbernya, baik yang lahir di dalam organisasi sebagai akibat dari proses manajemennya, ataupun informasi yang lahir dari luar organisasi yang bersangkutan, namun memiliki relevansi dengan organisasi pengelola informasi. Berpijak dari beberapa pengertian di atas, model yang dapat digunakan untuk menganalisis manajemen informasi adalah model siklus manajemen informasi yang disampaikan oleh Chun Wei Choo (1995) dalam Yusuf (2012). Model ini menggambarkan pengelolaan informasi sebagai siklus yang berkelanjutan yang dimulai dari identifikasi kebutuhan informasi, akuisisi informasi, pengorganisasian dan penyimpanan informasi, produk dan layanan informasi, dan penggunaan informasi.

- 1) Kebutuhan Informasi: Case (2012) mengatakan terdapat tiga arti dari kebutuhan informasi:
  - sebuah pertanyaan atau permintaan yang telah dinegosiasikan dan dinyatakan oleh penanya;
  - segala jenis informasi yang tersedia dan membantu dalam hal pekerjaan dari penanya; atau,
  - segala data yang dibutuhkan penanya dan dinilai berhubungan dengan kebutuhan internal mereka. Selanjutnya, menurut Choo (2002) dalam Brian Detlor (2010), identifikasi kebutuhan informasi harus dilakukan agar dapat menggambarkan dan merepresentasikan kebutuhan pengguna yang sebenarnya.
- 2) Akuisisi Informasi: Choo (1995) menyatakan bahwa organisasi harus melibatkan sumber daya manusia, sumber informasi dalam bentuk teks dan online untuk menghindari kejenuhan informasi. Selain itu, jenis informasi yang dikelola harus dikontrol. Perencanaan pengumpulan informasi harus mencakup kegiatan penciptaan informasi dan jaringan yang membantu dalam pendistribusian informasi untuk akuisisi informasi.
- 3) Pengorganisasian dan Penyimpanan Informasi: Wiliam (2007) menjelaskan bahwa pengelolaan atau pengorganisasian informasi dapat diartikan sebagai aktifitas menentukan di mana lokasi sebuah informasi diletakkan, diberi nama atau label apa. Taylor (2009) menyampaikan tujuan dari pengorganisasian informasi, yaitu: untuk memahami lingkungan sekitar, menghemat waktu, mengelompokkan informasi yang berhubungan ke dalam kelompok yang sama, dan membantu dalam proses temu kembali informasi. Informasi yang tidak terorganisasi dengan baik akan menghambat proses pencarian informasi sehingga informasi menjadi sulit untuk ditemukan. Informasi yang dimaksud di sini adalah informasi terekam dalam berbagai bentuk atau format, meskipun memiliki format yang berbeda-beda

pada dasarnya informasi tersebut memiliki atribut yang umum dan sama yaitu ada judul, pengarang, dan topik. Ravichandra (1999), agar informasi dapat dengan mudah diakses dan dikelola maka membutuhkan penggunaan intensif dari teknologi informasi. Hal ini dilakukan agar informasi dikelola dan digunakan dengan benar, dapat merangsang inovasi, mempercepat pengembangan produk, meningkatkan tingkat produktivitas, memastikan standar kualitas yang konsisten dan dapat meningkatkan tingkat daya.

- 4) Layanan dan Produk Informasi: Stanton (1994) dalam Islam (2009) menjelaskan bahwa produk merujuk pada serangkaian atribut berwujud dan tidak berwujud, termasuk pengemasan, warna, harga, kualitas dan merek, ditambah layanan dan reputasi penjual. Layanan adalah produk yang tidak berwujud seperti kinerja atau upaya yang tidak dapat dimiliki secara fisik. Menurut Choo (1995) informasi harus dapat menyampaikan dan menyajikan informasi sehingga konten, format, orientasi, dan atribut lainnya dapat memenuhi kebutuhan informasi sesuai dengan situasi dan kondisi yang memengaruhi dalam penyelesaian masalah. Pendekatan ini dinamakan dengan *value-added approach* atau pendekatan nilai tambah untuk produk dan layanan informasi. Dalam hal ini, proses pengelolaan informasi harus meningkatkan kemudahan untuk para penggunanya, meningkatkan kualitas data, dan dapat menghemat waktu dan uang dari pengguna. Layanan informasi juga harus terus berinovasi untuk memberikan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna.
- 5) Penyaluran Informasi: Choo (1995) dalam Brian Detlor (2010), penyaluran informasi dapat mendukung pembelajaran secara menyeluruh, memudahkan proses temu kembali informasi, dan dapat menambah wawasan dengan mengaitkan berbagai jenis informasi. Penyaluran informasi harus dilakukan melalui sarana dan format yang sesuai dengan kebiasaan kerja dan preferensi pengguna di organisasi.
- 6) Penggunaan Informasi: Choo (2005) mengidentifikasi 8 kelas penggunaan informasi, berdasarkan kebutuhan informasi yang dirasakan pengguna dan berdasarkan situasi, yaitu:
  1. Pencerahan di mana informasi digunakan untuk mengembangkan konteks atau untuk memahami situasi dengan menjawab pertanyaan, seperti “apa itu” “apa pengalamanmu”
  2. Memahami sebuah masalah di mana informasi digunakan dalam cara yang lebih spesifik, yaitu digunakan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik dari sebuah masalah.
  3. Instrumental, di mana informasi digunakan individu untuk mengetahui apa yang harus dilakukan dan bagaimana caranya.
  4. Faktual, di mana informasi digunakan untuk memastikan fakta dari sebuah fenomena atau kejadian, serta untuk mendeskripsikan realita.
  5. Konfirmasi di mana informasi digunakan untuk memverifikasi informasi lain.
  6. Proyektif (*projective*), di mana informasi digunakan untuk memprediksi apa yang akan terjadi di masa depan.
  7. Motivasi, di mana informasi digunakan untuk memulai atau mempertahankan keterlibatan pribadi dalam rangka terus bergerak pada tindakan tertentu.

Personal atau politik informasi digunakan untuk mengembangkan hubungan; meningkatkan status, reputasi, pemenuhan pribadi.

#### **b. Audit Informasi**

Susan Henczel (2001) dalam Lateef (2019) memberikan pengertian terhadap audit informasi. Ia menjelaskan bahwa proses audit informasi menggambarkan cara yang efektif untuk mengidentifikasi kebutuhan organisasi informasi, bagan alur informasi eksternal dan internal, menambah komunikasi antara profesional informasi dan karyawan, pemasaran layanan informasi dan memperkenalkan pusat informasi di dalam organisasi. Pengertian serupa juga disampaikan oleh Buchanan & Gibbs (2008) dalam Sharma dan Singh (2011) menjelaskan bahwa audit informasi merupakan proses sistematis di mana organisasi dapat memahami pengetahuan, kebutuhan informasi, alur informasi dan kesenjangan informasi di dalam organisasinya. Selanjutnya, Buchanan menegaskan bahwa proses ini dilakukan untuk menemukan dan mengawasi sumber dan alur informasi agar pengelolaan informasi di organisasi dapat berjalan secara efektif dan efisien. Untuk melakukan proses audit informasi ini penulis berpijak pada model audit informasi yang dikembangkan oleh Susan Henczel yang

terdiri dari 7 tahapan, yaitu: perencanaan, pengumpulan data, analisis data, evaluasi data, mengkomunikasikan rekomendasi, mengimplementasikan rekomendasi, dan audit informasi sebagai proses berkelanjutan.

#### **c. Alur Informasi**

Hibberd (2004) menjelaskan bahwa pemetaan alur informasi adalah proses untuk menganalisis bagaimana informasi ditransfer dari satu titik ke titik yang lain dalam suatu organisasi. Beberapa manfaat pemetaan alur informasi adalah: (1) memberikan pemahaman tentang bagaimana informasi itu digunakan dan dengan siapa informasi tersebut digunakan, (2) mengidentifikasi siapa klien utama di dalam menyediakan beragam jenis layanan informasi, dan (3) membantu dalam menentukan fokus jasa layanan informasi sehingga hal ini dapat memberikan nilai tambah dari keberadaan sebuah pusat informasi.

#### **d. Pusat Informasi**

Chatterje (2017) menjelaskan pusat informasi adalah bagian yang memiliki tanggung jawab untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mengelola informasi di bidang tertentu. Dalam mendirikan pusat informasi di dalam sebuah organisasi terdapat tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi tersebut. Katz (2002) berpendapat bahwa pusat informasi dibuat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi dari masyarakat yang meminta pelayanan aktif melalui permintaan langsung atas data atau informasi. Selain tujuan, terdapat juga fungsi utama dari pusat informasi seperti yang disampaikan oleh Chatterje (2017) adalah mengumpulkan, meregistrasi, mengklasifikasi informasi, melakukan ekstraksi dan pemerosesan informasi sesuai dengan format yang diinginkan pengguna, serta melakukan penyimpanan dan penyaluran informasi kepada pengguna.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui tiga teknik yaitu wawancara mendalam dengan informan, observasi, dan analisis dokumen. Informan dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Informan penelitian ini ialah informan yang telah memiliki pengalaman berkerja di Pusat Data Republika minimal 2 tahun, mengetahui dan memahami seluruh aktifitas di Pusat Data Republika serta memiliki peran penting dalam proses manajemen informasi di Pusat Data Republika. Berdasarkan dari kriteria tersebut, maka ada 5 informan pada penelitian ini.

Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan interpretasi menggunakan pedoman dari literatur maupun konsep manajemen informasi. Interpretasi dilakukan dengan mengembangkan hasil dari observasi, wawancara dan analisis dokumen. Tahapan analisis ini terdiri dari pengkodean, penginterpretasian, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya, dalam melakukan penelitian ini, audit informasi juga menjadi salah satu alat (tools) sebagai metode penelitian. Audit informasi juga digunakan sebagai alat petunjuk dan berfungsi sebagai suatu referensi dalam pembahasan. Hal ini dilakukan agar tahapan-tahapan dalam penelitian lebih terarah. Metode audit informasi yang digunakan oleh penulis berpijak dari model audit informasi yang dikembangkan oleh Susan Henczel dalam bukunya *The Information Audit: A Practical Guide* (2001).

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Brian Detlor (2010) menyatakan bahwa manajemen informasi adalah proses yang sistematis dimulai dari penciptaan, pemerolehan, pengeorganisasian, penyimpanan, pendistribusian dan penggunaan informasi. Tujuan dari manajemen informasi adalah untuk membantu pengguna internal maupun eksternal dalam mengakses, memproses dan menggunakan informasi secara efisien dan efektif. Hal ini dapat membantu organisasi semakin kompetitif dan membantu pengguna untuk mendapatkan informasi sesuai yang mereka butuhkan untuk menyelesaikan tugasnya. Berkaitan dengan penerapan manajemen informasi di Pusat Data Republika, terdapat 6 tahap, yaitu identifikasi kebutuhan informasi, akuisisi informasi, pengelolaan dan penyimpanan informasi, layanan dan produk informasi serta penyaluran informasi. Hal ini sesuai dengan siklus manajemen informasi yang disampaikan oleh Choo (1995) dalam Brian Detlor (2010). Selain menjelaskan 6 tahap siklus manajemen informasi, dalam kegiatan audit informasi, analisis secara aktual perlu dilakukan untuk mengidentifikasi masalah yang ditemukan di lapangan.

### a. Identifikasi Kebutuhan Informasi

Choo (2002) dalam Brian Detlor (2010) menjelaskan bahwa identifikasi kebutuhan informasi harus dilakukan agar dapat menggambarkan dan merepresentasikan kebutuhan pengguna yang sebenarnya. Pusat Data Republika sebagai salah satu pusat informasi di perusahaan induknya, memiliki tugas utama yaitu untuk memenuhi kebutuhan informasi dan mendistribusikannya kepada unit atau bagian yang membutuhkan informasi tersebut serta memberikan pelayanan informasi secara tepat dan akurat kepada pengguna.

Bagian redaksi merupakan salah satu divisi yang paling sering membutuhkan informasi terutama para wartawan dalam mencari referensi untuk penulisan berita. Dalam melakukan penulisan berita, wartawan perlu mempertimbangkan jejak ke belakang dari berita tersebut sehingga dapat menggambarkan sebuah fenomena secara utuh. Informasi dari media lain juga dibutuhkan oleh para wartawan untuk membandingkan hasil penulisannya dan digunakan untuk melengkapi hasil temuan di lapangan. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Case (2012) yang menyatakan bahwa kebutuhan informasi adalah segala jenis informasi yang tersedia dan membantu dalam hal pekerjaan dari penanya.

Menurut Ikoja-odogo dan Mostert (2006) dalam Donald O Case (2012) menyatakan bahwa sebuah kebutuhan informasi dapat mendorong seseorang untuk melakukan pencarian informasi. Keterbatasan pengetahuan wartawan mengenai suatu topik tertentu mendorong mereka untuk melakukan pencarian informasi. Salah satu sarana yang bisa dimanfaatkan oleh wartawan dalam melakukan pencarian informasi adalah *web base* yang dibangun oleh Pusat Data. Dengan adanya *web base*, wartawan dapat melakukan pencarian informasi secara mandiri untuk menyelesaikan tugasnya. Mengingat *web base* ini berbasis intranet sehingga hanya dapat diakses di dalam lingkungan kantor. *Web base* ini dilengkapi dengan fitur koran yang memudahkan wartawan untuk melakukan pencarian berbagai jenis berita yang sudah pernah terbit di *Harian Umum Republika*. Kehadiran dari *web base* ini juga menurunkan intensitas wartawan dalam mengajukan permintaan informasi ke bagian layanan informasi Pusat Data. Hal ini dikarenakan pencarian sudah dapat dilakukan secara mandiri terkecuali wartawan tersebut harus mengejar *deadline* dalam penulisan berita atau tidak dapat menemukan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

Selain dari bagian redaksi, pihak internal lainnya yang membutuhkan informasi dari Pusat Data adalah bagian *Account Executive* atau iklan. Bagian ini dikhususkan untuk mencari iklan yang sudah terbit baik di *Harian Umum Republika* atau *Republika Online*. Iklan yang sudah terbit ini digunakan sebagai bukti kepada lembaga/organisasi yang sudah mempercayakan iklannya untuk dipasang di koran Republika.

Selain pihak internal, Pusat Data juga bertugas untuk memenuhi kebutuhan informasi dari pihak eksternal. Pihak eksternal yang paling sering untuk mengajukan permintaan informasi adalah mahasiswa. Mahasiswa membutuhkan informasi dari Pusat Data untuk mencari bahan referensi dalam penulisan skripsi atau tugas akhir. Sebelum penggunaan internet semakin marak, mahasiswa yang membutuhkan informasi khususnya dari *Harian Umum Republika* harus mendatangi Pusat Data untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Maka dari itu, layanan informasi di Pusat Data rutin dibuka dari hari Senin-Jumat, pukul 08.00-15.00. Setiap harinya sekitar 4-5 orang mendatangi Pusat Data untuk mencari berita sesuai dengan topik penelitiannya, namun seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi permintaan informasi ini semakin berkurang karena kehadiran berbagai jenis mesin pencarian yang dapat memudahkan pengguna dalam melakukan pencarian informasi secara lebih cepat dan praktis.

Dalam proses memenuhi kebutuhan informasi pihak eksternal, Pusat Data menyadari ada pola yang berubah dengan hadirnya internet. Pengguna sekarang sudah terbiasa dengan mengajukan permintaannya via telepon atau email. File berita yang dibutuhkan pun langsung dikirimkan melalui email ke yang bersangkutan. Biasanya pengguna membutuhkan file berita yang sudah lama terbit karena keterbatasan informasi yang dapat ditemukan di media lain. Walaupun demikian, beberapa pengguna masih ada yang datang ke Pusat Data. Hal ini dilakukan agar pengguna dapat memilih berita yang benar-benar mereka butuhkan sesuai dengan topik yang mereka cari karena setiap permintaan file digital yang diajukan dikenakan biaya Rp. 300/kilobyte.

## **b. Proses Akuisisi Informasi**

Kegiatan akuisisi informasi yang dilakukan oleh Pusat Data Republika dilakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi baik pengguna internal maupun eksternal. Kegiatan ini juga berkaitan dengan proses penciptaan informasi yang dilakukan oleh bagian redaksi. Informasi yang diakuisisi oleh Pusat Data merupakan hasil dari proses penciptaan informasi yang dilakukan oleh wartawan. Salah satu sumber informasi yang menjadi fokus utama Pusat Data dalam melakukan akuisisi informasi adalah *Harian Umum Republika* yang terbit setiap harinya. Berita yang sudah terbit di dalam koran dikumpulkan setiap hari oleh Pusat Data. Untuk artikel khas yang terbitnya seminggu sekali seperti *Islam digest* dan dialog Jumat hanya dikumpulkan seminggu sekali, sesuai dengan hari terbitnya di dalam koran. Untuk rubrik yang muncul setiap hari seperti halaman 1, ekonomi, kesehatan, dan sebagainya harus dikumpulkan dan diolah setiap hari. Seluruh berita yang sudah terbit didapatkan dari bagian redaksi sebagai bagian yang bertanggung jawab untuk menuliskan berita di *Harian Umum Republika*. Proses akuisisi informasi ini dilakukan oleh staf pengolahan data dengan mengambil file yang tersimpan di dalam server.

Selain melakukan akuisisi informasi yang dibuat oleh bagian redaksi Republika, Pusat Data juga melakukan akuisisi terhadap koran *Tempo*. Koran ini digunakan sebagai referensi kedua bagian redaksi dalam penulisan berita. Seorang informan pada bagian pengolahan data menyatakan bahwa ia hanya mengambil topik-topik tertentu saja, seperti tokoh-tokoh yang paling berpengaruh baik yang menyangkut kematian maupun penghargaan yang pernah diterima, berita luar negeri, berita nasional, dan beberapa berita dari halaman laporan utama dengan memilih hanya bagian-bagian tertentu saja yang merepresentasikan isi dari koran. Hal ini dilakukan untuk menghemat ruang penyimpanan yang terbatas. Selain itu, dalam melakukan kegiatan akuisisi, Pusat Data juga belum memiliki pedoman yang dapat dijadikan sebagai kontrol untuk memilih berita. Pemilihan berita dari sumber eksternal dilakukan hanya berdasarkan pada penilaian pribadi staf pengolahan data.

## **c. Pengelolaan dan Penyimpanan Informasi**

Proses pengelolaan merupakan proses yang dilakukan setelah akuisisi informasi. Dalam melakukan pengelolaan informasi, Pusat Data Republika memfokuskan kepada informasi dalam format digital. Pada awalnya berita yang sudah diakuisisi dari bagian redaksi, diambil teksnya saja untuk dimasukkan ke dalam *web base*. Setiap berita yang diolah diberikan deskripsi untuk mempermudah proses temu kembali informasi. Deskripsi tersebut berupa judul, nama penulis, tanggal terbit, halaman, dan kategori. Seluruh berita yang terbit di dalam koran pada hari tersebut harus selesai diolah di hari yang sama. Hal ini dilakukan karena kemungkinan wartawan membutuhkan berita tersebut secepatnya untuk referensi penulisan berita yang akan datang.

Menurut Taylor (2009) ada beberapa alasan mengapa pengorganisasian atau pengelolaan informasi itu harus dilakukan, alasan tersebut di antaranya agar dapat memahami lingkungan sekitar, untuk menghemat waktu, mengelompokkan sesuatu yang berhubungan ke dalam sebuah grup yang sama, dan yang terpenting adalah karena kita membutuhkan untuk pencarian kembali. Informasi yang tidak terorganisasi dengan baik akan membuat informasi menjadi sulit untuk ditemukan. Hal ini berkaitan dengan fakta yang ditemukan di lapangan bahwa Pusat Data Republika mengelompokkan beritanya ke dalam kategori atau rubrik tertentu untuk mempermudah proses temu kembali informasi.

Dalam melakukan kegiatan audit informasi, penulis perlu mengevaluasi permasalahan dan membandingkan situasi informasi yang sekarang dengan situasi yang diharapkan atau idealnya. Hal ini dilakukan agar mendapatkan rekomendasi yang berhubungan dengan proses manajemen informasi di Pusat Data Republika. Salah satu yang menjadi masalah dalam proses pengelolaan adalah kategori atau rubrik dalam koran yang terus berganti penamaannya sehingga menyulitkan staf pengolahan data dalam menentukan kategori berita di dalam *web base*. Hal ini mengakibatkan kategori yang dibuat semakin banyak padahal topik beritanya pun sama. Selain mempersulit staf pengolahan data, perubahan kategori ini juga dapat menyulitkan wartawan dalam melakukan pencarian informasi. Maka dari itu, peran staf Pusat Data sangat penting untuk memberikan informasi berkaitan dengan kategori yang sesuai dengan topik berita yang

mereka cari. Contoh perubahan kategorinya seperti kategori kalam jabar menjadi kabar jabar, fotografi menjadi rana, metropolitan menjadi urban, kesehatan menjadi sehat, dan sebagainya.

Selain masalah kategori yang sering berubah, untuk mengelola informasi dalam bentuk digital, Pusat Data belum memiliki pedoman atau Prosedur Operasi Standar (POS) yang dapat digunakan untuk menjadi acuan staf pengolahan data dalam mengolah informasi. Hal ini yang menyebabkan ketidakteraturan dalam penulisan baik nama penulis, judul berita maupun pemilihan kategori yang tepat. Pada akhirnya, setiap staf pengolahan melakukan penginputan sesuai dengan kebiasaan mereka. Ada yang menuliskan nama penulis dengan huruf kapital diawal namanya saja dan ada yang menuliskan huruf kapital di setiap suku kata nama orang. Hal serupa juga terjadi dalam penulisan judul berita. Untuk pemilihan kategori, beberapa staf memiliki rutin yang berbeda dalam mengelompokkan berita. Ada yang mengikuti sesuai dengan rubrik yang tertera di koran dan ada pula yang memilih kategori sesuai dengan topik berita. Ketiadaan POS ini menimbulkan inkonsistensi dalam pengorganisasian informasi. Hal ini dapat menyulitkan dalam proses temu kembali informasi khususnya untuk pengguna internal.

Selain pengelolaan informasi dalam bentuk digital, pihak Pusat Data juga melakukan pengelolaan terhadap sumber informasi dalam bentuk fisik seperti koleksi *Harian Umum Republika* yang terbit setiap harinya. Koran tersebut dijilid dan diberikan label identitas yang terdiri dari bulan dan tahun terbit yang kemudian disusun di rak yang berada di dalam ruangan Pusat Data. Setelah melakukan pengorganisasian informasi, kegiatan selanjutnya adalah penyimpanan informasi. Dalam melakukan penyimpanan informasi, Pusat Data memanfaatkan berbagai media, baik penyimpanan secara fisik maupun digital.

Dalam hal penyimpanan informasi secara fisik Pusat Data Republika menyimpan berbagai jenis buku, klipng dari media lain dan koran. Untuk penyimpanan buku, Pusat Data menyimpan di dalam ruang kerja mereka dengan menyusunnya di rak sesuai dengan nomor klasifikasi *Dewey Decimal Classification* (DDC) dari buku tersebut. Selanjutnya, untuk penyimpanan koran tercetak dilakukan dengan penjilidan koran yang dikelompokkan berdasarkan bulan dan tahun. Proses penjilidan terhadap koran dalam bentuk fisik dilakukan setiap 4 bulan sekali. Selain melakukan penjilidan, Pusat Data juga memiliki koran yang sudah dialih media ke dalam bentuk *microfilm*. Salah satu tujuan penyimpanan melalui media ini adalah untuk melestarikan dan menjaga koran tersebut agar dapat didayagunakan dalam jangka waktu yang panjang, namun seiring berjalannya waktu *microreader* yang dimiliki oleh Pusat Data rusak karena tidak mendapatkan perawatan yang rutin. Perawatan tidak dilanjutkan kembali karena sudah tidak ada pengguna yang mengakses berita melalui *microfilm*. Maka dari itu, Pusat Data memutuskan untuk mengkonversi seluruh koran yang ada di *microfilm* ke dalam format *Portable Document Format* (pdf) Hal ini dilakukan agar file dapat lebih mudah untuk diakses oleh pengguna melalui gawai yang dimiliki pengguna.

Menurut Choo (2002) dalam melakukan pengorganisasian dan penyimpanan informasi dapat difasilitasi dengan penggunaan teknologi informasi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mengelola informasi. Salah satu sarana yang sudah disebutkan sebelumnya adalah *web base*. *Web base* Pusat Data yang beralamat di <http://pusatdata.republika.co.id/>, merupakan database file teks yang dibangun tim Pusat Data dan IT Republika pada tahun 2004 dengan konsep *integrated database* atau database terintegrasi yang menyatukan 5 fitur data, yaitu: fitur koran, fitur biografi tokoh, fitur *e-kliping*, serta fitur buku, untuk memudahkan pengguna dalam melakukan temu kembali informasi. Pengguna dalam konteks ini adalah unit redaksi, unit litbang serta unit iklan Republika sebagai pengguna utama. Database ini didirikan untuk mempermudah dalam memenuhi kebutuhan data dan informasi pengguna. Konsep database ini kemudian diaplikasikan oleh Tim IT Republika dengan pembuatan *web base* berbasis MySQL.

Kelima fitur yang tersedia di *web base* digunakan oleh Pusat Data sebagai media penyebaran informasi kepada pihak internal serta menjadi media pencarian informasi untuk pihak eksternal yang membutuhkan informasi dari Pusat Data. *Web base* ini berbasis intranet sehingga hanya bisa diakses di wilayah internal kantor. Untuk fitur koran yang ada di *web base* memuat 895.868 file data berita koran dalam rentang waktu 1993-terbaru. Pendirian database sebagai sarana penyimpanan informasi ini sejalan dengan pernyataan yang disampaikan Benson V (2008) hampir seluruh organisasi atau lembaga sekarang sudah mengoperasikan database

yang digunakan sebagai pendekatan terstruktur dalam penyimpanan informasi. Database perusahaan ini menjadi inti dalam menjalankan kegiatan bisnis dan pengambilan keputusan. Untuk itu, *web base* Pusat Data menjadi sarana utama dalam proses manajemen informasi di Republika karena di dalamnya mencakup berbagai jenis informasi yang dikelola oleh Republika dan dijadikan acuan dalam kegiatan utama perusahaan yaitu penulisan berita.

Selain mendirikan *web base*, dalam penyimpanan file secara digital, Pusat Data memanfaatkan *harddisk external* dan *server*. Menurut hasil wawancara dengan staf pengolahan data, media penyimpanan di unit ini masih terbatas sehingga perlu adanya pengadaan tambahan agar dapat terus mendukung kegiatan bisnis organisasi. Salah satu media yang paling sering dimanfaatkan dalam penyimpanan informasi adalah *server*. *Server* ini menyimpan ribuan file berita Republika. Sayangnya, *server* yang dimiliki Pusat Data sangat rawan dari kerusakan akibat jumlah file yang terus bertambah. Kerap kali *server* ini rusak yang mengakibatkan hilangnya ribuan file berita. Pada akhirnya, staf Pusat Data perlu melakukan pendataan dan penginputan ulang terhadap berita yang sudah musnah.

Dalam melakukan penyimpanan informasi terdapat kendala yang harus dihadapi seperti keterbatasan jaringan internet. Pada saat penggunaan internet sedang tinggi maka dapat mengakibatkan proses penyimpanan informasi di Pusat Data semakin melambat. Untuk mengatasi hal tersebut, pihak Pusat Data mengantisipasi kegiatan layanan informasi yang hanya dibuka dari jam 10.00-15.00. Hal ini dikarenakan bagian redaksi khususnya wartawan paling aktif menggunakan internet untuk menulis berita dari sore hingga malam. Keterbatasan jaringan internet ini berdampak pada proses penyimpanan informasi di dalam *web base*. Lemahnya koneksi internet dapat memicu terjadinya redudansi data. Hal ini terjadi karena pada saat berita diunggah ke dalam *web base* terjadi proses *loading* yang sangat lama sehingga staf pengolahan data berasumsi pada saat itu berita tersebut gagal untuk diunggah dan melakukan pengunggahan beritanya kembali. Pengunggahan yang kedua dapat menimbulkan redudansi data jika staf pengolahan tidak melakukan pemeriksaan ulang terhadap setiap berita yang sudah diunggah.

#### **d. Layanan dan Produk Informasi**

Stanton (1994) dalam Islam (2009) menjelaskan bahwa produk merujuk pada serangkaian atribut berwujud dan tidak berwujud, termasuk pengemasan, warna, harga, kualitas dan merek, ditambah layanan dan reputasi penjual. Layanan adalah produk yang tidak berwujud seperti kinerja atau upaya yang tidak dapat dimiliki secara fisik. Berkaitan dengan ini, Pusat Data Republika memberikan berbagai layanan dan produk informasi untuk meningkatkan daya guna informasi serta mendapatkan nilai lebih, baik dalam bentuk material profit atau non profit bagi perusahaan. Produk tersebut berupa pengemasan ide-ide dakwah dari artikel khas ke dalam bentuk *merchandise* dan acara, pengemasan kembali artikel-artikel khas dalam bentuk digital dan cetak, penjualan dokumentasi file pdf *Harian Umum Republika*, dan yang terakhir adalah penjualan paket download rubrikasi terpilih, baik melalui aplikasi koran elektronik *Gerai Republika* atau melalui website *Republika Online*.

Selain produk, layanan informasi yang diberikan oleh Pusat Data berupa layanan langsung atau melalui dunia maya untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna internal dan eksternal. Hal ini senada dengan pernyataan yang disampaikan oleh Choo (2002) dalam Brian Detlor (2010) yang menjelaskan bahwa dalam mengembangkan layanan dan produk informasi, tujuannya tidak hanya menyediakan informasi yang sesuai dengan minat dari pengguna, namun juga memberikan informasi dalam bentuk yang dapat meningkatkan daya guna informasi tersebut. Untuk penciptaan produk informasi di Pusat Data Republika difokuskan kepada artikel khas yang bertema keislaman agar dapat menyesuaikan dengan segmentasi pembaca yang memiliki kebutuhan untuk selalu menggali dan membuka wawasan tentang informasi keislaman.

Untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna internal, Pusat Data mengembangkan layanan melalui dunia maya. Langkah pertama yang sudah diambil adalah pengembangan *web base* berbasis intranet yang diterapkan mulai dari tahun 2004. *Web base* berbasis intranet sehingga untuk pihak eksternal yang membutuhkan informasi harus menghubungi bagian Pusat Data terlebih dahulu. Sebagai perusahaan media cetak, jenis informasi yang paling sering diakses melalui *web base* adalah koran yang sudah dikumpulkan dari tahun 1993-terbaru.

Database ini memiliki peran yang signifikan dalam membantu pengelolaan informasi karena merupakan sarana satu-satunya yang memuat koran dari awal Republika berdiri hingga saat ini dalam format digital.

Semakin berkembangnya teknologi, Pusat Data Republika sadar akan perubahan pola pengelolaan informasi khususnya untuk temu kembali informasi yang dilakukan oleh pengguna. Maka dari itu, *web base* dirasa kurang memadai sebagai media penyaluran informasi kepada pengguna eksternal karena aksesnya yang terbatas. Untuk mempermudah menjangkau pengguna eksternal, mulai dari tahun 2018, Pusat Data melakukan kerja sama dengan bagian IT Republika untuk mengembangkan aplikasi koran elektronik yang dinamakan dengan Gerai Republika. Aplikasi ini dapat diakses melalui browser atau dapat diunggah ke dalam gawai pengguna. Untuk dapat mengakses seluruh konten informasi yang ada di dalamnya pengguna wajib untuk berlangganan dan membayar uang sesuai dengan periode berlangganan baik 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, maupun 12 bulan.

Dalam mengembangkan aplikasi gerai, Pusat Data Republika berkontribusi terhadap pengembangan konten khususnya untuk pengunggahan rubrik Islam digest dan dialog Jumat. Konten keislaman ini diunggah atas dasar kekhawatiran pengguna akan kehilangan artikel-artikel tersebut. Hal ini dikarenakan artikel khas tidak lekang dengan waktu dan dapat menambah wawasan keislaman para pembacanya. Terlebih lagi, permintaan akan informasi yang berkaitan keislaman kian meningkat dari waktu ke waktu karena jarang media lain yang mengangkat topik keislaman. Melihat fenomena ini Pusat Data Republika mencoba untuk mendapatkan nilai lebih, baik dalam bentuk material profit ataupun non profit bagi perusahaan dari artikel-artikel ini yang merupakan salah satu kekuatan *Harian Umum Republika*. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Choo (1995) yang menyatakan bahwa layanan dan produk informasi yang diberikan harus dapat meningkatkan kemudahan untuk para penggunanya, meningkatkan kualitas informasi, dan dapat menghemat waktu dan uang dari pengguna. Layanan informasi juga harus terus berinovasi untuk memberikan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna. Pusat Data dapat memudahkan pengguna eksternal untuk dapat mencari informasi secara mandiri di gawai mereka masing-masing sehingga tidak perlu memakan uang dan waktu untuk datang langsung ke Republika.

Selain membuat aplikasi, Pusat Data melayani permintaan akan kebutuhan langganan file pdf *Harian Umum Republika*. Kegiatan ini masih berjalan untuk memenuhi permintaan dari berbagai kalangan seperti kalangan akademisi yang membutuhkan untuk penelitian serta kedutaan besar yang tertarik dengan pemberitaan di *Harian Umum Republika*. Beberapa kedutaan sudah berlangganan rutin selama hampir 4 tahun hingga sekarang. Untuk melayani permintaan informasi tersebut, Pusat Data tidak mengirimkan berita per harinya, namun yang diminta adalah dokumentasi berita per bulan. Contohnya koran yang terbit pada bulan Januari akan dikirim dengan CD pada bulan Februari. Untuk saat ini kedutaan besar yang masih rutin berlangganan yaitu, kedutaan besar Australia dan Belanda.

Selanjutnya, salah satu produk yang dibuat oleh Pusat Data adalah pengemasan kembali artikel khas dalam bentuk digital dan cetak. Artikel khas yang dimaksud adalah artikel dengan nilai keislaman seperti rubrik dialog Jumat, hikmah, Islam digest, dan Islamia. Artikel ini menjadi salah satu ciri khas yang sangat melekat pada *Harian Umum Republika*. Artikel ini kemudian dikumpulkan dan diterbitkan dalam format buku. Dalam melakukan penerbitannya, Pusat Data mengajukan usulan rubrik khusus untuk dikemas kembali, seperti rubrik hikmah dan muallaf yang sudah diterbitkan ke dalam beberapa edisi. Pengemasan ulang dari artikel khas ini dapat menjadi komoditas yang mendatangkan keuntungan bagi kantor karena dapat dikemas menjadi sebuah produk baru dan dijual ke masyarakat luas. Menurut Choo (1995) pendekatan ini dinamakan dengan *value-added approach* atau pendekatan nilai tambah untuk produk dan layanan informasi karena Pusat Data melakukan pengemasan kembali artikel yang sebelumnya sudah terbit ke dalam format yang baru untuk dapat dijual dan didayagunakan kembali oleh masyarakat luas.

Produk lainnya adalah pengemasan ide-ide dakwah dari artikel khas dalam bentuk *merchandise* dan acara. Pusat Data melakukan pembuatan t-shirt dakwah, mug dakwah, serta *merchandise* lainnya yang didasarkan pada artikel khas yang diterbitkan di *Harian Umum Republika*. Pembuatan produk ini pernah dilakukan pada tahun 2008. Produk ini dibuat dengan

mencantumkan caption bernuansa keagamaan yang unik untuk ditempelkan pada t-shirt dan mug. Dengan konten keagamaan yang dikemas menarik, Pusat Data sudah memiliki pasarnya tersendiri untuk memasarkan produk ini, namun sayangnya kegiatan ini harus berhenti sementara karena pihak direksi menginginkan Pusat Data untuk memberikan fokus yang lebih terhadap pengembangan web base Pusat Data dan aplikasi gerai. Hal ini dilakukan mengingat staf yang terbatas serta mensiasati agar fokus kerja para staf agar tidak terbagi.

Selanjutnya adalah penjualan paket rubrikasi. Hal ini dilakukan untuk pengguna yang membutuhkan klipng dari rubrik tertentu, seperti rubrik hikmah, mualaf, dialog Jumat, dan Islam digest. Contohnya pengguna yang hanya membutuhkan informasi yang berkaitan dengan mujahidah di zaman Rasulullah. Pusat Data dapat membuat klipng yang berkaitan dengan permintaan tersebut. Selain menjual paket rubrikasi keagamaan, masyarakat luar juga dapat mengajukan permintaan informasi dalam bentuk dokumentasi koran (per bulan), berita satuan, atau rubrik-rubrik tertentu. Pembelian paket rubrikasi terpilih dapat diajukan langsung oleh pengguna dengan menghubungi pihak Pusat Data atau dapat dibeli melalui website republika online serta aplikasi koran elektronik.

#### **e. Penyaluran dan Penggunaan Informasi**

Informasi yang telah dikelola oleh staf pengolahan data Pusat Data Republika disalurkan melalui sarana *web base*. Setiap individu di dalam wilayah kantor memiliki akses yang terbuka ke web base tersebut dengan mengaksesnya di alamat <http://pusatdata.republika.co.id>. Walaupun demikian, pengguna internal yang rutin menggunakan informasi yang dihimpun di dalam database tersebut adalah bagian redaksi saja. Informasi yang didapatkan melalui database digunakan oleh wartawan sebagai referensi dalam penulisan berita. Hal ini dilakukan untuk dapat mengaitkan antara berita yang sedang ditulis dengan berita yang sudah terlebih dahulu keluar di *Harian Umum Republika*.

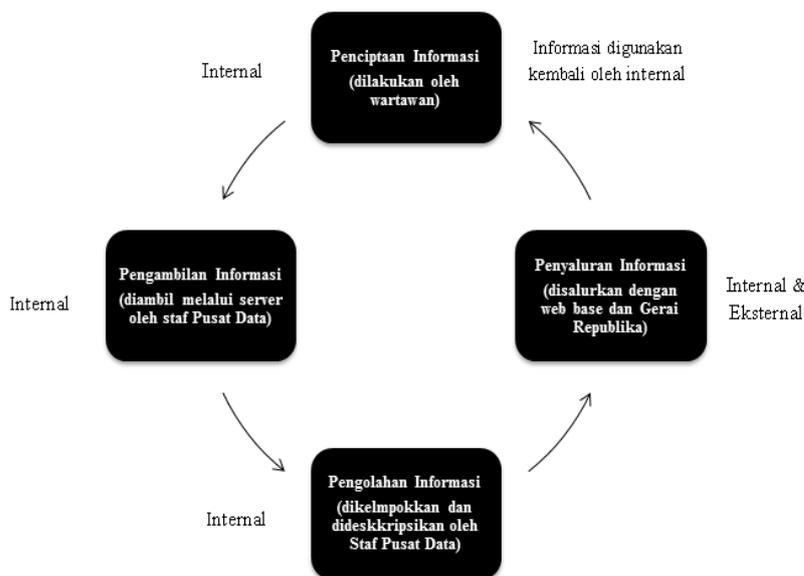
Menurut Choo (2002), penyaluran informasi harus dilakukan melalui sarana dan format yang sesuai dengan kebiasaan kerja dan preferensi pengguna di organisasi. Berkaitan dengan teori ini, menurut wawancara dengan Gunawan selaku kepala Pusat Data kebiasaan kerja para wartawan di Republika sudah berorientasi kepada penggunaan informasi dalam format digital. Hal ini dilakukan karena informasi dalam format digital dapat lebih mudah disimpan dan diakses melalui berbagai perangkat seperti komputer dan gawai masing-masing pengguna. Selain itu hal yang mendukung lainnya dalam penggunaan informasi dalam format digital adalah setiap 4 bulan sekali wartawan melakukan pertukaran meja, contohnya wartawan A dari bagian ekonomi pindah ke bagian olahraga dan wartawan B dari bagian kesehatan ke bagian kabar Jabar. Pertukaran meja ini mengharuskan wartawan untuk mentransfer beberapa informasi yang diperlukan dari wartawan yang sebelumnya bertanggungjawab pada bagian tersebut. Untuk memudahkannya proses transfer informasi dilakukan dengan sarana email dan aplikasi *instant messaging*.

Selain kepada wartawan, informasi juga disalurkan kepada bagian *Account Executive* (AE) atau Iklan. Jenis informasi yang disalurkan berbentuk iklan yang sudah pernah diterbitkan pada *Harian Umum Republika* atau *Republika Online*. Bukti iklan yang sudah diterbitkan juga dapat dijadikan bahan pertimbangan lembaga terkait untuk memasang iklan kembali di kemudian hari. Iklan yang diminta formatnya dapat disesuaikan dengan permintaan, baik tercetak maupun digital. Hal ini juga berkaitan dengan salah satu tujuan penggunaan informasi berdasarkan kebutuhan informasi yang disampaikan oleh R.S Taylor dalam Choo (2005) yang menyatakan bahwa informasi digunakan untuk memastikan fakta dari sebuah fenomena atau kejadian serta untuk mendeskripsikan realita. Bukti iklan tersebut dapat menunjukkan bahwa iklan tersebut sudah benar-benar di pasang di *Harian Umum Republika*.

#### **f. Alur Informasi**

Analisis mengenai alur informasi perlu dilakukan karena menurut Henczel (2001) kesuksesan dalam menjalankan manajemen informasi di dalam sebuah organisasi bergantung pada pemahaman tentang bagaimana alur informasi bergerak di dalam organisasi dan diluar organisasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, alur informasi yang berjalan di Pusat Data dimulai dari penciptaan informasi, pengambilan informasi, pengolahan informasi dan penyaluran informasi. Alur informasi yang berjalan di Pusat Data Republika berhubungan

dengan pengguna internal perusahaan seperti bagian redaksi dan iklan serta pengguna eksternal seperti kalangan akademisi.



Gambar 1. Alur informasi Pusat Data Republika

Pada awalnya informasi mulai mengalir dari bagian redaksi sebagai bagian yang menaungi Pusat Data dan bagian yang berperan dalam proses penciptaan informasi di dalam organisasi. Bagian ini melakukan penciptaan informasi berdasarkan fenomena atau peristiwa yang terjadi di lapangan yang diolah oleh wartawan dan dilengkapi dengan sumber informasi pendukung lainnya seperti berita terdahulu, klipng dari media lain dan buku tertentu sebagai referensi dalam penulisan berita. Informasi yang dikumpulkan di lapangan ini kemudian dirangkai hingga menjadi berita yang dapat dibaca oleh masyarakat luas. Berita yang dibuat oleh wartawan harus dapat segera disajikan ke dalam berbagai format baik digital maupun tercetak sebagai perwujudan dari kegiatan bisnis di perusahaan tersebut serta untuk memenuhi kebutuhan informasi penggunanya.

Selanjutnya, untuk dapat menyajikan kepada pengguna, berita tersebut perlu diolah terlebih dahulu oleh Pusat Data. Dalam menjalankannya, staf pengolahan data melakukan pengambilan informasi dari *server* Republika. *Server* ini yang menjadi media dalam melakukan transfer informasi khususnya berita dari bagian redaksi ke Pusat Data. Melalui *server* tersebut, staf pengolahan data mengambil file berita dengan format pdf untuk diolah. Penggunaan *server* sebagai media penyimpanan dapat mempermudah dan mempercepat pekerjaan staf pengolahan data karena semua komputer di Republika terhubung ke dalam *server* tersebut.

Setelah informasi tersebut sudah diperoleh oleh staf pengolahan data, tahap selanjutnya adalah pengolahan informasi. Pada tahap ini, staf memberikan deskripsi berupa penulis, tanggal terbit, kategori, dan judul di dalam ruas yang sudah tersedia di *web base*. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pihak internal dalam proses temu balik informasi. Selain itu, pemanfaatan *web base* ini dilakukan untuk mengikuti pola pencarian informasi di lingkungan wartawan yang sudah berubah ke arah digital.

Setelah informasi diolah, selanjutnya adalah proses penyaluran informasi. Penyaluran informasi ditujukan untuk pengguna eksternal dan internal. Hal ini dilakukan agar informasi dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi sesuai dengan tujuan individu masing-masing. Untuk menyalurkan informasi Pusat Data memanfaatkan dua fasilitas pendukung, yaitu *web base* Pusat Data dan aplikasi koran elektronik *Gerai Republika*. Dalam penggunaannya terdapat kendala yang dapat menghambat proses penyaluran informasi kepada pengguna khususnya pada *web base*. Hal ini dikarenakan *web base* tidak dapat melakukan pencarian informasi dengan menggunakan tiga huruf. Contohnya pencarian dengan kata kunci "TNI" tidak akan bisa keluar hasil pencariannya di dalam database tersebut. Selain tidak dapat mendukung

pencarian dengan tiga huruf, kendala lainnya yang muncul adalah dalam melakukan pencarian informasi melalui titik akses kategori berita karena hasil pencarian yang maksimal ditampilkan adalah 20 pencarian saja. Hal ini yang membuat ketika pengguna sedang mencari informasi berdasarkan kategori temuannya terbatas. Selain menggunakan *web base* sebagai sarana penyaluran informasi untuk pengguna internal, sarana lainnya adalah *Gerai Republika*. Pengguna dapat mengakses berbagai jenis informasi baik koran elektronik, klipng, dan foto. Setelah seluruh tahap alur informasi telah dilewati, informasi yang sudah disalurkan digunakan kembali untuk proses penciptaan informasi oleh bagian redaksi, seperti berita-berita terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan penulisan berita selanjutnya.

## 5. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pusat Data Republika sebagai pusat informasi di perusahaan media telah menerapkan 5 tahap manajemen informasi, yaitu identifikasi kebutuhan informasi, akuisisi, pengelolaan dan penyimpanan, layanan dan produk informasi serta penyaluran dan penggunaan informasi. Kebiasaan kerja wartawan sangat berpengaruh terhadap penerapan manajemen informasi di Pusat Data karena mereka merupakan pengguna utama yang dilayani. Hal ini diwujudkan dengan mengembangkan *web base* dan aplikasi koran elektronik *Gerai Republika*. Maka dari itu, implikasi dari penelitian ini adalah Pusat Data Republika mengedepankan peran teknologi, informasi dan komunikasi dalam melakukan penerapan manajemen informasi. Hal ini dilakukan untuk dapat mengikuti perkembangan zaman yang sudah masuk ke dalam era digital.

Pusat Data Republika memiliki peranan penting di perusahaan induknya sebagai pusat informasi yang bertanggungjawab untuk melakukan manajemen informasi. Bagian ini terus melakukan pengembangan yang didasari atas perubahan pola pencarian informasi pengguna yang terus berubah. Kebiasaan kerja para wartawan memberikan dampak yang signifikan terhadap pola pengelolaan informasi di Pusat Data. Hal ini dikarenakan wartawan adalah pengguna internal utama yang dilayani oleh Pusat Data. Untuk itu, unit ini mengembangkan database terintegrasi atau *web base* sebagai sarana temu kembali informasi yang dapat dimanfaatkan oleh para wartawan. Selain itu, untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna eksternal, Pusat Data Republika mengembangkan aplikasi koran elektronik *Gerai Republika*.

Dalam penerapan manajemen informasi, terdapat empat kendala yang dihadapi oleh Pusat Data. Kendala tersebut dapat membuat kinerja Pusat Data menjadi tidak maksimal terutama dalam hal pengorganisasian informasi. Pengorganisasian berita di dalam *web base* dikelompokkan berdasarkan rubrik atau kategori dari berita. Sayangnya, nama rubrik yang tertera pada koran seringkali berubah sehingga menyulitkan staf pengolahan data untuk menentukan masuk ke dalam kategori apakah berita tersebut. Perubahan ini juga mengakibatkan kategori yang tersedia di *web base* bertambah secara terus menerus padahal topik beritanya sama saja. Hal ini mengindikasikan bahwa Pusat Data kurang memberikan pemahaman kepada bagian redaksi mengenai keterkaitan antara nama rubrik berita yang sering berubah dan dampaknya terhadap pengorganisasian informasi di *web base* Pusat Data. Akibatnya para wartawan dapat dengan sekehendaknya untuk membuat label rubrik baru pada beritanya.

Selain itu, Pusat Data juga tidak memiliki prosedur operasi standar yang dapat dijadikan pedoman oleh staf dalam proses akuisisi dan pengorganisasian informasi. Hal ini menimbulkan inkonsistensi dan subjektivitas dalam pemilihan dan pendeskripsian informasi. Di mulai dari pemilihan berita dari sumber eksternal yang dipilih berdasarkan kebiasaan kerja staf pengolah, penulisan huruf kapital yang berbeda dalam pendeskripsian berita hingga pemilihan kategori yang tidak konsisten antar staf. Hal ini sangat disayangkan karena dapat menghambat proses temuan informasinya. Hambatan lain yang muncul adalah *software* yang sudah tidak dapat berfungsi secara maksimal. Hal ini terlihat dari kemampuan *web base* yang sudah tidak mampu melakukan penambahan data untuk fitur-fitur tertentu. Akibatnya proses penyaluran informasi terganggu karena wartawan karena tidak dapat lagi mengakses informasi terbaru dari fitur-fitur tersebut. Dalam melakukan penyimpanan informasi, Pusat Data memiliki tempat penyimpanan yang terbatas padahal jumlah berita kian bertambah setiap harinya. *Server* yang dimanfaatkan sebagai media penyimpanan ini kerap kali bermasalah karena tidak mampu menampung file

berita. Disamping itu, *server* yang dimiliki oleh Pusat Data sangat rawan dari kerusakan. Hal ini terbukti dari kejadian yang pernah terjadi di Pusat Data yaitu hilangnya file berita dari tahun 1994-1996.

## DAFTAR PUSTAKA

- Best, D. P. (2010). The Future of Information Management. *Records Management Journal*, 20(1), 61-71.
- Case, D. O. (2012). *Looking for Information*. London: Academic Press.
- Chatterje, A. (2017). Chapter U - Information Centers. In A. Chatterje, *Elements of Information Organization and Dissemination* (pp. 315-351). Cambridge: Chandos Publishing.
- Choo, C. W. (1995). Information Management for the Intelligent Organization: Roles and Implications for the Information Professions. *Digital Libraries Conference*, (pp. 81-99).
- Choo, C. W. (2002). *Information Management for the Intelligent Organization: The Art of Scanning the Environment*. Medford: Information Today Inc.
- Choo, C. W., Detlor, B., & Bergeron, P. (2006). Working with Information: Information Management and Culture in A Professional Services Organization. *Journal of Information Science*, 491-510.
- Chowdury, G., & Chowdury, S. (2007). *Organizing Information: From Shelf to the Web*. London: Facet Publishing.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative & Mixed*. Los Angeles: Sage Publishing.
- Detlor, B. (2010). Information Management. *International Journal of Information Management*, 103-108.
- Flett, A. (2011). Information Management Possible?: Why is Information Management So Difficult? *Business Information Review*, 28(2), 92-100.
- Henczel, S. (2001). *The Information Audit: A Practical Guide*. Munchen: K.G. Saur.
- Hibberd, B. J., & Evatt, A. (2004). Mapping Information Flows: A Practical Guide. *Information Management Journal*, 58-64.
- Islam, S. M., & Islam, N. M. (2009). Marketing of Library and Information Products and Services. *Business Information Review*, 26(2), 123-132.
- Kirk, J. (1999, February). Information in Organisations: Directions for Information Management. *Information Research*, 4.
- Lateef, A., & Omotayo, F. O. (2019). Information Audit as an Important Tool in Organizational Management: A Review of Literature. *Business Information Review*, 15-22.
- Leming, R. (2015). Why is Information the Elephant Asset?: An Answer to this Question and A Strategy for Information Asset Management. *Business Information Review*, 32(4), 212-219.
- Mithas, S. R. (2011, March). How Information Management Capabilty Influences Firm Performance. *MIS Quarterly*, pp. 237-256.
- Orna, E. (1999). *Practical Information Policies*. Hampshire: Gower.
- Rao, R. I. (1999). Information Management: Scope, Definiton, Challenges, & Issue. *DRTC Workshop on Information Management*, (pp. 1-16).
- Sharma, C. K., & Singh, A. K. (2011). An Evaluative Study of Information Audit and Knowledge Management Audit. *Barzilian Journal of Information Science*, 53-59.
- Taylor, A. G., & Joudrey, D. N. (2009). *The Organization of Information*. London: Libraries Unlimited.
- V, Benson., & K, Davis. (2008). *Business Information Management*. Ventus Publishing.
- Vo-Tran, H. (2011). Adding Action to the Information Audit. *The Electronic Journal Information Systems*, 14(2), 167-282.
- Yusuf, P. M. (2012). *Perspektif Manajemen Pengetahuan, Informasi, Komunikasi, Pendidikan dan Perpustakaan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Yusuf, T. I. (2012). Information Needs, Sources and Information Seeking Behavior of Women Artisans in Offa Metropolis. *Library Philosophy and Practice*.