

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Pada bagian ini akan di disajikan kerangka dan konsep operasional yang nantinya sebagai tolak ukur dalam penelitian kerangka teoritis memuat teori dengan tujuan untuk memudahkan dalam menjawab secara teori, dengan kerangka teoritis dan konsep operasional dimaksudkan untuk mempermudah pelaksanaan penelitian.

1. Strategi

Adnanputra dalam Ruslan, mengatakan arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.

Pengertian strategi itu sendiri dinyatakan oleh Handoko bahwa strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi, strategi memberikan pengarahannya terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi, dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber-sumber daya organisasi yang digunakan untuk pencapaian tujuan. Strategi juga dapat berarti cara-cara yang ditempuh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan.⁷

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagai mana taktik operasionalnya.⁸

Teori agenda setting ialah teori yang membahas mengenai dampak media atau efek komunikasi massa terhadap masyarakat dan budaya. Teori ini

⁷Handoko, *Dasar-dasar Manajemen*, (Yogyakarta, BPFE, 2003), h. 86

⁸Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*(Bandung :PT Remaja Rosdakaria 2011), h.3.

dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw, dengan publikasi pertamanya “*The Agenda Setting Function of the Mass Media*”. Model agenda setting mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak terhadap suatu media, akan dianggap penting juga oleh masyarakat. Apa yang dilupakan media, akan luput dari perhatian juga oleh masyarakat.

Pengertian strategi menurut Porter (adalah sebagai "penciptaan posisi unik dan berharga yang didapatkan dengan melakukan serangkaian aktivitas"⁹ (Porter, 2009;61), ia juga menjabarkan tiga basis posisi strategis. Ketiganya tidak *mutually exclusive* dan seringkali saling bersinggungan yaitu:¹⁰

a. Sasaran strategis di saat ini harus memberikan fondasi dasar atau pedoman untuk pengambilan keputusan dalam organisasi. Ini adalah proses yang berkesinambungan dan terus-menerus. Rencana strategis organisasi merupakan dokumen hidup yang selalu dikunjungi dan kembali dikunjungi. Bahkan mungkin sampai perlu dianggap sebagaimana suatu cairan karena sifatnya yang terus harus dimodifikasi. Seiring dengan adanya informasi baru telah tersedia, dia harus digunakan untuk membuat penyesuaian dan revisi.

b. Arah Kebijakan Strategis

Telah dijelaskan pada poin terdahulu bahwa penerapan strategi, meliputi penentuan, kebijakan perusahaan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber-sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan.

1. Penerapan Kebijaksanaan Fungsional

Strategi menentukan garis besar atau dasar pedoman pokok pencapaian tujuan. Untuk mencapai tujuan perusahaan maka strategi memerlukan persepsi dan tekanan khusus dalam bentuk kebijaksanaan (policy). Kebijaksanaan (policy) adalah pedoman pelaksanaan tindakan-tindakan tertentu. Seringkali strategi dinyatakan dalam ukuran-ukuran umum yang interprestasinya dapat berbeda-beda. Pemilihan kebijaksanaan secara hati-

⁹Michael Porter, *Manajemen Strategik*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2009), h.64

¹⁰Ibid.,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hati dapat mempertajam arti strategi dan memedomani keputusan-keputusan khusus dalam suatu arah yang mendukung strategi.

Implementasi kebijakan fungsional melibatkan dua proses yaitu: menyebarkan sumber-sumber dan pengembangan kebijakan yang mengoperasionalkan strategi. Penyebaran sumber-sumber adalah keputusan tentang penentuan alokasi sumber-sumber perusahaan yang meliputi uang, fasilitas, dan daya manusia kepada divisi-divisi atau departemen-departemen atau unit bisnis. Penyebaran sumber biasanya dikerjakan melalui proses penganggaran.

Strategi tanpa keputusan tentang penyebaran sumber adalah strategi hanya di atas kertas, strategi tanpa konsekuensi penyebaran sumber atau tanpa memiliki sumber adalah bagaikan macan kertas yang tidak mempunyai kekuatan.

Menciptakan kebijaksanaan mengarahkan pada kondisi-kondisi dimana para manajer subordinasi atau bawahan mengetahui tentang apakah mereka memperoleh dukungan untuk bekerja dan mengimplementasi kan keputusan. Elemen penting dalam menyusun kebijaksanaan adalah kemampuan untuk menjabarkan strategi induk dan substrategi ke dalam kebijaksanaan-kebijaksanaan yang cocok, dapat dilaksanakan dan tidak hanya baik secara teoretis. Bagi para manajer mereka tidak cukup hanya memutuskan perubahan strategi tetapi lebih penting adalah bagaimana strategi baru tersebut akan dilaksanakan, kapan dilaksanakan, dan bagaimana melaksanakannya secara efisien dan efektif. Kebijakan minimal yang harus dikembangkan adalah meliputi kuni keputusan fungsional yaitu; kebijaksanaan pemasaran, kebijaksanaan manajemen produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, logistic, personalia dan keuangan dan akuntansi.

2. Faktor internal dan eksternal

- a. Faktor Internal adalah segala keseluruhan faktor yang ada di dalam organisasi dimana factor tersebut dapat mempengaruhi organisasi dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kegiatan organisasi. Adalah penyebab perubahan yang berasal dari dalam organisasi yang bersangkutan, yang dapat berasal dari berbagai sumber. Problem yang sering timbul berkaitan dengan hubungan sesama anggota organisasi pada umumnya menyangkut masalah komunikasi dan kepentingan masing-masing anggota. Proses kerja sama yang berlangsung dalam organisasi juga kadang-kadang merupakan penyebab dilakukannya perubahan. Problem yang timbul dapat menyangkut masalah system kerjasamanya dan dapat pula menyangkut perlengkapan atau peralatan yang digunakan. Sistem kerja sama yang terlalu birokratis atau sebaliknya dapat menyebabkan suatu organisasi menjadi tidak efisien. System birokrasi (kaku) menyebabkan hubungan antar anggota menjadi impersonal yang mengakibatkan rendahnya semangat kerja dan pada gilirannya produktivitas menurun, demikian sebaliknya. Perubahan yang harus dilakukan akan menyangkut struktur organisasi yang digunakan.

Contoh Faktor Internal :

- a. Perubahan kebijakan lingkungan
 - b. Perubahan tujuan
 - c. Perluasan wilayah operasi tujuan
 - d. Volume kegiatan bertambah banyak
 - e. Sikap & perilaku dari para anggota organisasi.
- b. Faktor eksternal, adalah segala keseluruhan faktor yang ada di luar organisasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatan organisasi. Beberapa factor tersebut antara lain : Politik, Hukum, Kebudayaan, Teknologi, Sumber alam, Demografi dan sebagainya. Adalah penyebab perubahan yang berasal dari luar, atau sering disebut lingkungan. Organisasi bersifat responsive terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya. Oleh karena itu, jarang sekali suatu organisasi melakukan perubahan besar tanpa adanya dorongan yang kuat dari lingkungannya. Artinya, perubahan yang besar itu terjadi karena lingkungan menuntut seperti itu. Beberapa penyebab perubahan organisasi yang termasuk faktor

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ekstern adalah perkembangan teknologi, faktor ekonomi dan peraturan pemerintah. Contoh Faktor Eksternal :

- a. Politik
- b. Hukum
- c. Kebudayaan
- d. Teknologi
- e. Sumber daya alam
- f. Demografi
- g. Sosiologi

3. Keunggulan Bersaing Organisasi

Dimasa sekarang ini dimana terjadi globalisasi yang berimplikasi pada terbukanya pasar bebas membawa persaingan yang berat bagi eksistensi pelaku ekonomi. Dibutuhkan sesuatu yang memiliki nilai jual lebih agar bisa dikenal dan memperoleh posisi dalam pasar internasional. Porter menyebut nilai lebih ini sebagai keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif berkelanjutan merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu aktor ekonomi dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Porter menyatakan bahwa pada pasar yang kompetitif, kemampuan aktor menghasilkan kinerja, terutama kinerja keuangan, sangat bergantung pada derajat keunggulan kompetitifnya. Suatu aktor dikatakan memiliki keunggulan kompetitif ketika aktor tersebut mempunyai sesuatu yang tidak dimiliki pesaing, melakukan sesuatu lebih baik dari aktor lain, atau mampu melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan oleh aktor lain.¹¹

Manajemen strategis, dengan fokus pada keunggulan kompetitif, memiliki satu unsur penting, yaitu *operational effectiveness*. Efektivitas operasional dikombinasikan dengan strategi adalah jalan (meskipun tidak menjamin) untuk kinerja yang unggul. Efektivitas operasional menginginkan kita untuk menampilkan sesuatu yang lebih baik dari lawan. Hal ini dapat dilakukan melalui pemanfaatan input, misalnya dengan cara mengurangi cacat pada

¹¹Ibid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk atau membuat lebih cepat produk yang lebih baik¹². Kombinasi yang baik antara efektivitas operasional dan strategi akan memberikan keuntungan lebih bagi pelaku ekonomi. Posisi strategis dalam rangka menampilkan performa berbeda muncul dari tiga esensi, yaitu *variety-based positioning* (berbasis variasi produk industri dan jasa), *needs-based positioning* (berdasarkan kebutuhan pelanggan tertentu), dan *access-based positioning* (berbasis pada segmentasi pelanggan yang memiliki akses berbeda)¹³.

Untuk melanggengkan keberadaannya, keunggulan kompetitif tersebut juga harus berkelanjutan (*sustainable*) karena pada dasarnya aktor ingin melanggengkan keberadaannya. Keunggulan kompetitif berkelanjutan merupakan aktor perusahaan untuk mencapai tujuan akhirnya, artinya, keunggulan bersaing berkelanjutan bukanlah tujuan akhir, melainkan sebagai sarana untuk mencapai tujuan akhir yaitu kinerja tinggi.

Seperti telah dikemukakan sebelumnya, strategi dalam manajemen dalam hal berkaitan dengan strategi membuat headline meliputi :¹⁴

a. Perencanaan

Kegiatan jurnalistik yang sebenarnya tidaklah berupa pemolesan publik guna memunculkan suatu citra yang lebih indah dari aslinya. Adapun kegiatan jurnalistik yang sebenarnya senantiasa menjunjung tinggi kebenaran dan kejujuran. Segala program jurnalistik baik itu program yang berjangka panjang maupun program yang berjangka pendek harus direncanakan dengan cermat dan hati-hati sedemikian rupa sehingga akan diperoleh hasil-hasil yang nyata.¹⁵

Adapun alasan-alasan diadakannya perencanaan jurnalistik adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menetapkan target-target operasi jurnalistik yang nantinya akan menjadi tolak ukur atau segenap hasil yang diperoleh.

¹²Ibid.

¹³Ibid.

¹⁴ Siswanto, Pengantar Manajemen, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), h. 73-75.

¹⁵ Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h.75

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang dibutuhkan.
- 3) Untuk memilih prioritas-prioritas yang paling penting guna menentukan:
 - a) Jumlah program.
 - b) Waktu yang diperlukan guna melaksanakan segenap program jurnalistik yang telah diprioritaskan tersebut.
- 4) Untuk menentukan kesiapan atau kelayakan pelaksanaan berbagai upaya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan jumlah dan kualitas.
 - a) Personal yang ada.
 - b) Daya dukung dari berbagai peralatan fisik seperti: alat alat kantor, dsb.
 - c) Serta anggaran dana yang tersedia.

Kata-kata yang paling penting diingat di sini antara lain adalah jam kerja, prioritas, penentuan waktu, sumber daya, peralatan, dan anggaran. Dalam mengejar suatu tujuan kita selalu saja menghadapi hambatan abadi yang berupa keterbatasan sumber daya. Tanpa adanya suatu program yang terencana, kegiatan jurnalistik terpaksa beroperasi secara instingtif sehingga mudah kehilangan arah akan selalu tergoda mengerjakan hal-hal yang baru sementara hal-hal yang lama belum terselesaikan.

Tujuan dari proses perencanaan program kerja untuk mengelola berbagai aktivitas jurnalistik tersebut dapat diwujudkan jika terorganisasi dengan baik dan dikelola secara profesional dan dapat di pertanggungjawabkan hasil atau sasarannya. Hal tersebut dapat terwujud jika keduanya mendapatkan informasi yang jelas, serta mudah dimengerti oleh keduanya.

Secara umum pengertian dari perencanaan jurnalistik yaitu terdiri dari semua bentuk kegiatan perencanaan, wujud rencana kerja dan alasan dilakukannya perencanaan kerja jurnalistik. Manfaat perencanaan manajemen jurnalistik antara lain yaitu :

- 1) Mengefektifkan dan mengefisienkan koordinasi atau kerja sama antara pihak yang terkait.
- 2) Mengefisienkan waktu, tenaga, upaya, dan biaya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Menghindari resiko kegagalan dengan tidak melakukan perkiraan atau perencanaan tanpa arah yang jelas atau konkret .
- 4) Mampu melihat secara keseluruhan kemampuan operasional organisasi, pelaksanaan, komunikasi, target, dan sasaran yanghendak dicapai di masa mendatang.
- 5) Menetapkan klasifikasi rencana strategis sesuai dengan kebijakan jangka panjang, rencana tetap yang dapat dilakukan berulang-ulang dan rencana tertentu.

Sebelum membentuk perencanaan harus terlebih dahulu memahami tujuan yang ingin dicapai oleh organisasinya.¹⁶ Perencanaan merupakan tindakan menetapkan terlebih dahulu apa yang akan dikerjakan, bagaimana mengerjakannya, apa yang harus dikerjakan, dan siapa yang mengerjakannya. Perencanaan sering juga disebut jembatan yang menghubungkan kesenjangan atau jurang antara keadaanmasa kini dan keadaan yang diharapkan terjadi pada masa yang akan datang. Meskipun keadaan masa depan yang tepat itu sukar diperkirakan karena banyak faktor di luar penguasaan manusia yang berpengaruh terhadap rencana, tetapi tanpa perencanaan jurnalistik kita akan menyerahkan keadaan pada masa yang akan datang itu pada kebetulan-kebetulan. Itulah sebabnya diadakannya perencanaan jurnalistik sebagai suatu proses intelektual yang menentukan secara sadar tindakan yang akan ditempuh. Dan mendasarkan keputusan-keputusan pada tujuan yang hendak dicapai, informasi yang tepat waktu dan dapat dipercaya, serta memperhatikan keadaan yang akan datang, oleh karena itu, perencanaan membutuhkan pendekatan rasional ke arah tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Untuk itu, perencanaan jurnalistik membutuhkan data dan informasi agar keputusan yang diambil tidak lepas kaitannya dengan masalah yang dihadapi pada masa yang akan datang. Dengan demikian perencanaan jurnalistik hendaknya memperhatikan sifat-sifat kondisi yang akan datang, di mana keputusan dan tindakan efektif dilaksanakan. Itulah sebabnya berdasarkan

¹⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), h. 139-140

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kurun waktu dikenal perencanaan tahunan atau perencanaan jangka pendek, rencana jangka menengah, dan rencana jangka panjang.

2. Pengorganisasian

Secara singkat pentingnya pengorganisasian adalah :

- 1) Tugas-tugas yang terinci harus dibuat dalam mencapai tujuan organisasi.
- 2) Seluruh tugas-tugas harus dijabarkan menjadi kegiatan-kegiatan yang secara logis dan sesuai bagi individu maupun kelompok.
- 3) Pekerjaan-pekerjaan anggota organisasi harus dikombinasikan secara logis dan efisien.
- 4) Perlunya pengendalian dan pengawasan untuk meningkatkan efektifitas.

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi; sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya. Pembagian kerja adalah pemerincian tugas agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Kedua aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian suatu lembaga untuk mencapai tujuannya yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif.

Teknik pengorganisasian adalah usaha sadar yang dilakukan oleh suatu organisasi, dengan menggunakan daya analisis untuk menelaah kelemahan-kelemahan dalam keefektifan dan koordinasi organisasi. Organisasi dalam arti statis adalah suatu bagan atau suatu bentuk yang berwujud dan bergerak demi tercapainya tujuan bersama, dalam istilah lain disebut sebagai struktur atau tata raga organisasi. Jadi struktur organisasi adalah suatu manifestasi organisasi yang menunjukkan hubungan antara fungsi otoritas dan tanggung jawab yang saling berinteraksi dari orang yang diberi tugas dan tanggung jawab atas semua aktivitas. Pengorganisasian adalah pembagian kerja yang direncanakan untuk diselesaikan oleh anggota, penetapan hubungan antar pekerjaan yang efektif di antara pekerja. Dan pengorganisasian juga dapat didefinisikan sebagai suatu pekerjaan pembagi tugas, mendelegasikan otoritas, dan menetapkan aktivitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang hendak dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dalam pengorganisasian diperlukan tahapan sebagai berikut:

- 1) Mengetahui dengan jelas tujuan yang hendak dicapai.
- 2) Deskripsi pekerjaan yang harus dioperasikan dalam aktivitas tertentu.
- 3) Klasifikasi aktivitas dalam kesatuan yang praktis.¹⁷

3. Pengaktifan

Setelah setiap personalia mempunyai kejelasan tugas dan tanggung jawab, tibalah saatnya pelaksanaan rencana yang telah ditetapkan. Proses ini disebut pengaktifan. Pengaktifan adalah kegiatan menggerakkan semua personalia agar melakukan tugasnya untuk mencapai tujuan organisasi.

Pengaktifan bisa juga disebut penggerakan *actuating*, *pemimpinan leading*, atau *pengarahan directing*. Penggerakan dimaksudkan sebagai upaya untuk membuat semua anggota kelompok mau bekerja dan bersedia mengembangkan segenap pikiran dan tenaganya untuk membuat semua anggota kelompok mau bekerja dan bersedia mengembangkan segenap pikiran dan tenaganya untuk melakukan tugas pekerjaannya dalam rangka mewujudkan tujuan organisasi.

Penggerak atau *pemotivasian* pengaktifan yaitu dapat diartikan sebagai ke adaan kejiwaan dan sikap mental yang memberikan energi mendorong kegiatan, atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi keseimbangan secara singkat, pengaktifan sebagai penggerak semua potensi dan sumber daya lainnya agar secara produktif berhasil mencapai tujuan.¹⁸

4. Pengendalian

Pengendalian yang dimaksudkan adalah apa yang harus dikerjakan dan apa yang tidak harus mereka kerjakan, dan jurnalis harus mengerjakan hal-hal yang telah diinstruksikan. Dan juga mengukur hasil kerja dan campur tangan apabila hasil yang dicapai para jurnalis kurang memuaskan.

¹⁷ Siswanto, Pengantar Manajemen, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), h. 73-75.

¹⁸ Ibid, h. 31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengendalian dalam suatu bentuk jelas perlu untuk mendapatkan kinerja yang tepercaya dan terkoordinasi.¹⁹ Dalam pengendalian mengukur ke arah tujuan tersebut dan memungkinkan untuk dideteksi penyimpangan dari perencanaan dengan tepat pada waktunya untuk melakukan tindakan perbaikan sebelum penyimpangan menjadi jauh. Pengendalian manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar kinerja dengan sasaran perencanaan, mendesain umpan balik informasi, membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditetapkan, menentukan apakah terdapat penyimpangan dan mengukur signifikansi penyimpangan tersebut, dan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya yang sedang digunakan dapat memungkinkan secara lebih efisien dan efektif guna mencapai tujuan.

Sebagai bahan perbandingan ada batasan pengendalian sebagai suatu proses yang sistematis untuk mengevaluasi apakah aktivitas organisasi telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Apabila belum dilaksanakan didiagnosis faktor penyebabnya untuk selanjutnya diambil tindakan perbaikan.

Berdasarkan batasan di atas, tampaknya betapa pentingnya aktivitas pengendalian, kebutuhan pengendalian sama pentingnya dengan kebutuhan perencanaan. Aktivitas perencanaan sebagai kunci awal pelaksanaan aktivitas organisasi sedangkan aktivitas pengendalian sebagai kunci akhir untuk evaluasi aktivitas yang telah dilaksanakan sekaligus melakukan tindakan perbaikan apabila perlu.

Strategi wartawan dalam mencari berita tersebut dengan mengetahui jenis peristiwa yang dikenal sebagai berikut :

a. *Beat System*

Yaitu sistem pencarian dan pembuatan bahan berita yang mengacu pada bidang liputan, yakni meliputi peristiwa dengan mendatangi secara teratur instansi pemerintah atau swasta, atau tempat-tempat yang

¹⁹ Ibid, h. 119

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimungkinkan munculnya peristiwa, informasi atau hal-hal yang bisa menjadi bahan berita.

b. *Follow Up System*

Yaitu sistem meliput bahan berita dengan menindak lanjuti berita yang telah muncul. Dengan meneruskan berita kearah yang lebih jelas untuk mendapatkan kebenaran.²⁰Teori strategi pencarian berita pemberitaan yang tumbuh dari organisasi dan perencanaan yang cermat, dipahami oleh imajinasi, ditopang oleh fakta, dan digerakan oleh keringat dan tujuan. Wartawan tidak sia-sia disebut wartawan karna tugas nya adalah menghimpun berita.²¹

Berdasarkan teori strategi diatas yang dimaksud oleh penulis wartawan dituntut memiliki informasi yang detail terhadap suatu peristiwa yang mampu mewakili jawaban atas pertanyaan pembaca. Wartawan dalam mencari berita harus menyajikan berita berdasarkan fakta peristiwa sebenarnya melalui *reportase* di tempat kejadian dengan begitu berita dapat di sampaikan secara fakta. Seorang wartawan juga harus memiliki data tentang peristiwa peristiwa yang telah berlalu, karena tidak menuntut kemungkinan peristiwa yang terjadi di kemudian hari berkaitan dengan peristiwa yang terjadi sebelumnya.

Dalam buku *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload* karya Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, tugas pokok wartawan adalah :

- a. *Authenticator*, yakni konsumen memerlukan wartawan yang bisa memeriksa keautentikan suatu informasi.
- b. *Sense Maker* yakni menerangkan apakah informasi itu masuk akal atau tidak. Tugas ketiga, investigator yakni wartawan harus terus mengawasi kekuasaan dan membongkar kejahatan.

²⁰ Torben Brandt, *Makalah Jurnalisme Radio Sebuah Panduan Praktis*, (Yogyakarta:UGM,2006), h.15

²¹ Hikmat Kusumaningrat, *jurnalistik teori dan praktek*, (Remaja Rosdakarya: Bandung, 2006), h.95.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. *Witness Bearer* yakni kejadian-kejadian tertentu harus diteliti dan dipantau kembali dan dapat bekerja sama dengan reporter warga. Adapun \ kelima
- d. *Empowerer* yakni saling melakukan pemberdayaan antara wartawan dan warga untuk menghasilkan dialog yang terus-menerus pada keduanya.
- e. *Smart Aggregator* yakni wartawan cerdas harus berbagi sumber berita yang bisa diandalkan, laporan-laporan yang mencerahkan, bukan hanya karya wartawan itu sendiri.
- f. *Forum Organizer* yakni organisasi berita, baik lama dan baru, dapat berfungsi sebagai alun-alun di mana warga bisa memantau suara dari semua pihak, tak hanya kelompok mereka sendiri.
- g. *Role Model*, yakni tak hanya bagaimana karya dan bagaimana cara wartawan menghasilkan karya tersebut, namun juga tingkah laku wartawan masuk dalam ranah publik untuk dijadikan contoh.²²

Adapun indikator dari strategi wartawan ini adalah :

- 1) Pembuatan wacana politik dalam sistem media libertarian akan lebih mudah dilakukan dibandingkan dalam sistem otoritarian
- 2) Faktor eksternal dan internal media serta perangkat pembuatan wacananya sendiri.
- 3) Sistem media massa dimana sebuah media menjalankan operasi jurnalistiknya.

2. Strategi Komunikasi

Komunikasi merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Pengertian mengenai komunikasi manusia yaitu menurut Laswell dalam Effendy²³

Bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

²² Jurnal Online, [http://www.pantau.or.id/?/=d/741/the_elements_of_journalism:_what_newspeople_should_know_and_the_public_should_expect_\(bill_kovach_and_tom_rosenstiel\)](http://www.pantau.or.id/?/=d/741/the_elements_of_journalism:_what_newspeople_should_know_and_the_public_should_expect_(bill_kovach_and_tom_rosenstiel))

²³Effendy, Op. Cit., h. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan menurut Widjaja pengertian komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Komunikasi merupakan langkah yang menentukan bagi kesuksesan organisasi. Pimpinan yang baik didukung oleh bawahan dan ditentukan oleh orang-orang yang bekerja dibawahnya serta ditentukan juga keahlian dalam menciptakan suasana kerja yang dibutuhkan oleh pegawai. Koordinasi dan mediasi untuk melakukan semua itu adalah komunikasi.²⁴

Menurut Rogers dalam Cangara menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.²⁵

Menurut Laswell dalam Cangara fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :²⁶

- 1) manusia dapat mengontrol lingkungannya.
- 2) beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, serta
- 3) melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya

Strategi komunikasi adalah merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai, sehingga untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda-beda tiap sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.²⁷

Menurut Effendy strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.²⁸

²⁴ Widjaja, HAW, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta, Bumi Aksara,2010), h. 1

²⁵Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Edisi Kedua, (Jakarta, Rajawali Press, 2012), h. 22

²⁶Ibid., h. 67

²⁷Effendy, Op. Cit., h. 31

²⁸Ibid. h.32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lebih lanjut Effendy dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan factor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat, diantaranya:²⁹

1. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui atau komunikasi melakukan tindakan tertentu.

2. Pemilihan media komunikasi

Mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasive, atau teknik intruksi. Dalam melancarkan komunikasi, kita harus berupaya menghindarkan pengucapan kata-kata yang mengandung pengertian konotatif. Jika terpaksa harus kita katakana karena tidak ada perkataan lain yang tepat, maka kata yang diduga mengandung pengertian yang konotatif itu perlu diberi penjelasan mengenai makna yang dimaksudkan. Jika dibiarkan bias menimbulkan interpretasi yang salah.

4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia ingin melancarkan komunikasi.

a. Daya Tarik Sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, perilaku komunikasi melalui mekanisme daya

²⁹Ibid., h. 35-39

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tarik. Dengan kata lain komunikasi merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikasi bersedia taat pada isi pesan yang disampaikan oleh komunikator

b. Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikasi pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang menyusun strategi komunikasi, maka diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan factor-faktor penghambat yang telah dijelaskan di atas, sehingga strategi yang dibuat dan dijalankan bisa tercapai. Begitu pula dalam menyusun strategi komunikasi eksternal diperlukan analisa pemikiran dengan memperhitungkan siapa saja khalayak luar yang dianggap layak menjadi khalayak di luar organisasi sehingga dapat memperoleh dukungan serta kesediaan publik untuk bekerjasama dengan organisasi.

Strategi komunikasi berisi tentang pelaksanaan tujuan tertentu yang berkaitan dengan aktifitas kita, maka tujuan komunikasi menjadi sangat penting karena meliputi :

1. Memberitahu (*announcing*)

Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah memberi tahu (*announcing*), yaitu pemberitahuan kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi dengan informasi utama dari seluruh informasi yang berkaitan penting.

2. Memotivasi (*motivating*)

Tujuan dari strategi adalah memotivasi yaitu dalam setiap penyebaran informasi tentang apapun kepada khalayak, maka informasi yang disebarkan dapat harus dapat memberikan motivasi bagi khalayak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Mendidik (*educating*)

Tujuan strategi komunikasi adalah mendidik. Tiap informasi yang disampaikan kepada khalayak harus bersifat mendidik.

4. Menyebarkan Informasi (*informing*)

Salah satu tujuan komunikasi adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran kita. Dusahakan agar informasi yang disebarluaskan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual.

5. Mendukung Pembuatan Keputusan (*supporting decision making*)

Strategi komunikasi terakhir adalah strategi yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat menjadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan.

Untuk mempengaruhi orang lain (komunikasikan), maka seorang komunikator/pemimpin bisa melakukan komunikasi melalui beberapa pendekatan strategi komunikasi, di antaranya ialah sebagai berikut:

1. Pendekatan operasional, melalui pelaksanaan program *Public Relations* yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial *cultural* dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat dalam berbagai media. Artinya pihak PR mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (*listening*), dan bukan sekedar mendengar (*hear*) mengenai aspirasi yang ada di dalam masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut.
2. Pendekatan persuasif dan edukatif, fungsi PR menciptakan komunikasi dua arah (timbal-balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publik yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pendekatan tanggungjawab sosial PR, menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasarannya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.
4. Pendekatan kerjasama, berupa hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan baik hubungan kedalam maupun hubungan keluar untuk meningkatkan kerja sama.
5. Pendekatan koordinatif dan integratif, untuk memperluas peran *Publik Relations* dimasyarakat, maka fungsi PR dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/institusi.³⁰

Selain pendekatan strategi komunikasi yang telah dijelaskan di atas yang dilakukan oleh seorang komunikator, tentu dalam menggunakan strategi tersebut haruslah sesuai dengan fungsi strategi itu sendiri. Adapun fungsi dari strategi diantaranya adalah:

1. Menyebar luaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang maksimal dan optimal.
2. Menjembatani kesenjangan budaya (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media masa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.³¹

Maka dari penjelasan pendekatan dan fungsi strategi komunikasi di atas dapat disimpulkan bahwa, ketika seorang komunikator/pemimpin melakukan komunikasi terhadap komunikan/masyarakat maka hendaknya memperhatikan apa yang telah terdapat dipendekatan dan fungsi tersebut. Sehingga tujuan dari penyampaian pesan/informasi serta kebijakan yang telah ditentukan sebelumnya dapat berjalan dengan baik, sehingga dapat tercapai apa yang menjadi tujuan pesan tersebut.

³⁰Rosady Ruslan, Op. Cit. h. 133-134

³¹Effendy, h. 29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Redaksi

Redaksi adalah sebuah struktur dan mekanisme yang terdapat di dalam pengelolaan media massa baik itu media online ,media elektronik ataupun media cetak .tugas redaksi adalah untuk menentukan apakah suatu kejadian tertentu bisa menjadi nilai berita atau tidak.³²

a. Proses Redaksional

Seperti dilakukan surat kabar pada umumnya selalu menggunakan pertemuan yang dihadiri seluruh jajaran redaksi. Melakukan pertemuan setiap hari, seminggu sekali yang bisa dilakukan pada tabloid mingguan.

Setiap hari surat kabar pekanbaru pos melakukan pertemuan atau rapat redaksi harian antara koordinator liputan dan wartawan, dan rapat redaksi mingguan baik wartawan, redaktur, redaktur pelaksanaan, kordinator liputan, bersama wakil pimpinan redaksi dan pimpinan redaksi serta persetakan untuk membahas penerbitan dan membahas persiapan peliputan berita untuk penerbitan selanjutnya atau besok harinya.³³

Pada tahap ini menjadi bagian proses antara lain adalah perencanaan materi yang diterapkan melalui rapat redaksi. Pada rapat ini ditetapkan peliputan pada hari itu juga, ditambah liputan kejadian ataupun isu yang tidak bisa direncanakan karena sifatnya mendetail atau temporer setelah ditetapkan. Maka semua personil yang ditugaskan harus segera melakukan penghimbauan data dengan berbagai cara yang memungkinkan.

Setelah itu hasilnya dibahas kembali dan diselesaikan bagaimana keputusannya, sebab bisa saja materi yang semua layak diliput. Sewaktu dievaluasi harus digugurkan, ada pula materi yang semula dianggap tidak layak, namun setelah diinvestigasikan ternyata memenuhi persyaratan untuk dimuat. Materi-materi penerbitan pada umumnya bisa dari tulisan para wartawan pekanbaru pos sendiri maupun dari pihak eksternal yang lulus seleksi untuk diterbitkan. Iklan termasuk pula dalam penerbitan yang harus direncanakan.

³² Barge, *Teori Sosiologi Kontemporer* (Jakarta:Media Pers,2005) , h.6.

³³ Hasil Wawancara di Pekanbaru Pos, 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain itu, pertemuan tersebut juga bertujuan untuk memberi arahan-arahan kepada wartawan dan menampung ide atau gagasan yang berkaitan dengan materi liputan dan penerbitan surat kabar. Setiap hari wartawan surat kabar pekanbaru pos bekerja mencari berita sesuai tugas masing-masing. Antara wartawan harus saling berkordinasi dilapangan dalam liputan berita agar bisa saling mengisi dan tidak terjadi tumpang tindih dalam liputan, selanjutnya tugas-tugas atau berita harus masuk paling lama pada malam hari dan mengirimnya melalui laporan berita ke kordinator liputan (kl).³⁴

Dalam melakukan tugas kordinator liputan (kl) menghampiri seluruh berita yang masuk kemudian mengoreksi dan memilihnya, untuk selanjutnya mengirim berita yang telah dikoreksi kepada setiap redaktur halaman. Kordinatur liputan (kl) juga dibantu oleh beberapa tenaga redaksi memberikan kepercayaan kepada redaktur pelaksanaan dan redaktur halaman untuk memilih berita-berita yang akan disajikan dihalannya, selanjutnya melakukan kordinasi kepada pimpinan redaksi, berita apa saja yang akan dimuat dihalaman setelah disetujui, redaktur pelaksanaan dan redaktur halaman untuk mengedit berita kemudian memberikannya kepada bagian percetakan atau *lay out* di format dan disusun menurut penataan wajah halaman surat kabar.

Setelah menerima materi penerbitan yang sudah dimatangkan tadi proses selanjutnya adalah proses pra cetak. Staf perwajahan (*layout*) secara terampil akan menata dan membentuk semua bahan yang sudah masuk untuk ditata pada halaman surat kabar atau yang lazim disebut tata letak (*layout*) dengan menggunakan aplikasi komputer yang mendukung pekerjaan tersebut, termasuk menempatkan foto-foto digital ataupun gambar hasil scanning, penempatan grafis, ilustrasi, banner, logo-logo, tabel dan lain sebagainya yang menjadi pendukung sebuah berita yang diberikan redaktur halaman percetakan.

³⁴ Hasil Wawancara Dengan Nuraimin Andre Pada Tanggal 15 Februari 2016 Di Pekanbaru Pos.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Pekanbaru Pos

Berdirinya surat kabar Pekanbaru Pos untuk menghindari kejenuhan masyarakat terhadap berita politik yang tidak pernah usai. Berdasarkan alasan tersebut, manajemen Riau Pos Grup (RPG) akhirnya mendirikan sebuah media informasi yang khusus membahas tentang berita berita kriminal dan *entertainment* yang terjadi di Riau dengan kantor yang beralamat di Jalan Raya Pekanbaru – Bangkinang KM 10,5 Pekanbaru dan bernaung dibawah bendera Riau Pos. Selanjutnya berdasarkan pertimbangan teknis, kantor sekretariat surat kabar Pekanbaru Pos pindah kejalan HR Soebrantas KM 10,5 Pekanbaru hingga kini. Keputusan tersebut diambil redaksi Surat Kabar Pekanbaru Pos agar bisa lebih efektif, dengan demikian berita-berita utama perkotaan Pekanbaru dapat tercover lebih intensif.³⁵ .

Nama surat kabar Pekanbaru Pos diambil dari nama tempat yang menjadi komunitas *news paper* (Koran Perkotaan). Sumber beritanya diperoleh antara lain dari Kepolisian, Jaksa, Pengacara, DPRD, Pemerintah Kota Pekanbaru, Korban, Akademis, Tokoh Masyarakat, LSM dan lain-lain dengan prosedur pemberitaan yang standar seperti berita pada umumnya di surat kabar lain.

Walaupun surat kabar Pekanbaru Pos merupakan surat kabar kriminal yang baru berdiri, surat kabar Pekanbaru Pos mampu meningkatkan jumlah *audiens* (pembaca). Awal berdirinya hanya dicetak dengan oplah 3000 eksemplar perhari dengan 12 halaman. Oplah tersebut kini telah mencapai hampir 10000 eksemplar perhari dengan 16 halaman, terdiri dari dua koran, koran pertama 8 halam dan koran kedua 8 halaman. Dengan jumlah halaman berwarna 12 halaman dan halaman tidak berwarna atau hitam putih 4 halaman.

Pembaca surat kabar Pekanbaru Pos sudah tersebar dibeberapa kabupaten Riau, antara lain Indragiri Hilir, Indragiri Hulu, Rokan Hilir, Siak, Dumai dan Kota Pekanbaru. Wartawan dan koresponden surat kabar Pekanbaru Pos saat ini 17 serta 3 dalam status magang.

³⁵ Dokumentasi Pekanbaru Pos, 2014

Segmentasi Surat Kabar Pekanbaru Pos adalah kalangan pembaca kelas menengah ke atas yaitu kalangan eksekutif, legislatif, politik, ormas, pemberi kebijakan-kebijakan, ekonomi, publik figur, tokoh-tokoh dan lain-lain. Dengan gaya penulisan “*what news*” yaitu berita memaparkan kejadian atau suatu masalah yang tidak hanya berkaitan pada masalah itu sesuai dengan 5W + 1H tapi juga menjabarkan dan mempertanyakan (*what news*) bagaimana akibatnya setelah kejadian itu terjadi, sehingga memberikan efek yang bakal terjadi pada masyarakat luas yang penulisannya tidak begitu panjang.³⁶

5. Berita

Berita berasal dari bahasa Sangsekerta, yakni *Vrit* yang dalam bahasa Inggris disebut *Write*, arti sebenarnya ialah ada atau terjadi. Sebagian ada yang menyebutkan dengan *Vritta*, artinya “kejadian” atau “yang telah terjadi”. *Vritta* dalam Kamus Bahasa Indonesia karya W.J.S Poerwodarminta, “berita” berarti kabar atau warta, sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, arti berita diperjelas menjadi “laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Jadi, berita dapat dikaitkan dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi. Didalam berita fakta tidak boleh diputar sedemikian rupa sehingga kebenaran tinggal sebagian saja. Berita juga harus menceritakan segala aspek secara lengkap.³⁷

Keseluruhan bangunan naskah suatu berita terdiri dari tiga unsur yaitu sebagai berikut:

a. Judul Berita

Judul berita, disebut juga kepala berita atau *headline news*, harus dibuat sedemikian rupa sehingga tampak menarik dan “hidup”. Judul juga harus mencerminkan isi berita yang ditulis dalam kalimat yang ringkas dan padat. Artinya, dalam kalimat yang ringkas dan padat itu (yang menjadi judul berita) terangkum informasi yang diutarakan pada isi berita.³⁸

³⁶Dokumentasi Pekanbaru Pos, 2017

³⁷Abdul Chaer, *Bahasa Jurnalistik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 19.

³⁸Ibid, h. 20.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. *Lead* (Teras Berita)

Dalam jurnalistik Indonesia ada beberapa istilah untuk menyebut teras berita (Inggris *Lead*), yaitu pengantar berita, awal berita, dan intro. Teras berita adalah bagian yang penting dari sebuah berita. Teras berita dapat berupa sebuah kalimat atau beberapa kalimat (dua atau tiga buah kalimat) yang terikat pada sebuah paragraf. Teras berita ini harus menarik dan ditulis dalam kalimat-kalimat pendek.³⁹

Teras berita harus menggambarkan isi berita pada tubuh berita (*detail*). Karena itu, sebuah teras berita meskipun ditulis dalam kalimat-kalimat singkat harus membuat unsur-unsur 5W dan 1H.⁴⁰

c. Penulisan Badan dan Penutup Berita

Badan berita merupakan penjabaran atau perincian yang lebih luas tentang teras berita. Badan berita menjelaskan unsur 5W dan 1H yang telah disebutkan didalam teras berita. Dan untuk bagian penutup, bisa dikemukakan harapan atau juga kesimpulan dan sebagainya.⁴¹

1. Unsur-unsur berita

Nilai sebuah berita ditentukan oleh seberapa jauh syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhinya. Syarat-syarat tersebutlah yang menjadi ukuran penting tidaknya sebuah uraian berita. Adapun unsur-unsur berita adalah sebagai berikut:

- 1) Penting (*signifance*) mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan orang banyak atau kejadiannya mempunyai akibat atau dampak yang luas terhadap kehidupan khalayak pembaca.
- 2) Besaran (*magnitute*) sesuatu yang besar dari segi jumlah, nilai atau angka yang besar hitungannya sehingga pasti menjadi sesuatu yang berarti dan menarik untuk diketahui oleh orang banyak.
- 3) Kebaruan (*timeliness*) memuat peristiwa yang baru saja terjadi. Berita haruslah memuat suatu kejadian yang terkini dan aktual atau masih

³⁹ Ibid, h. 25.

⁴⁰ Ibid, h. 26.

⁴¹ Ibid, h. 29.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hangat dibicarakan oleh umum. Aktual (terkini) berkaitan dengan tenggat waktu bahwa kejadian tersebut bukan berita basi.

- 4) Kedekatan (*proximity*) yaitu berita haruslah memiliki kedekatan jarak (geografis) maupun emosional dengan pembaca.
- 5) Ketermukaan (*prominence*) merupakan hal-hal yang mencuat dari diri seseorang atau sesuatu benda, tempat atau peristiwa. Suatu peristiwa yang menyangkut orang terkenal atau sesuatu yang dikenal masyarakat menjadi berita penting untuk diketahui oleh pembaca.
- 6) Sentuhan manusiawi (*human interest*) yaitu sebuah berita haruslah memiliki sesuatu yang dapat menyentuh rasa kemanusiaan, menggugah hat serta minat pembacanya.

2. Jenis-jenis berita

Berita tidak hanya dilihat dari jenisnya saja, tetapi dilihat dari pembedangan masalah yang diberitakannya atau waktu disajikannya berita itu. Dari segi pembedangan masalah yang diberitakannya berita menjadi beberapa jenis diantaranya:

a. Berita Politik

Berita politik adalah berita yang menyangkut kegiatan politik atau peristiwa di sekitar masalah-masalah ketatanegaraan dan segala hal yang berhubungan dengan urusan pemerintahan dan Negara. Berita politik menjadi menu pokok isi media karena pengaruhnya cukup luas dan mendalam bagi kehidupan rakyat sehari-hari. Berita politik akan terasa meninggi intensitas dan gemanya disaat menjelang, saat dan pasca pemilihan umum, siding-sidang DPR/MPR, pembentukan kabinet, krisis lembaga legislatif, pemilihan kepala daerah, kongres, partai dan sebagainya.⁴²

b. Berita Ekonomi

Selain berita politik, masalah ekonomi juga memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan kita. Berita ekonomi mencakup aspek yang

⁴²Barus, Sedia Willing. *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis. Berita*. (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sangat luas yaitu masalah perdagangan, finansial, perindustrian, pertambangan, perbankan, tenaga kerja, dunia usaha, valuta asing dan pasar modal yang keseluruhannya merupakan pencaharian aspek-aspek yang terorganisasi dari pekerjaan. Misalnya kenaikan harga barang pokok dapat langsung memukul pembaca dan tentu saja perubahan seputar kenaikan tersebut menjadi bahan berita yang menarik perhatian pembaca. Masalah ekonomi sering memberikan dampak nyata bagi kehidupan manusia. Masalah ekonomi seringkali sangat menentukan arah perkembangan politik. Oleh sebab itu, berita masalah ekonomi menempati urutan kedua setelah berita politik. Tidak heran jika banyak surat kabar, majalah atau bulletin yang mengkhususkan pemberitaannya seputar masalah-masalah ekonomi dan bisnis.⁴³

c. Hukum dan Peradilan

Berita-berita hukum dan peradilan secara relatif menempati urutan ketiga setelah politik dan ekonomi dalam mengisi lembaran depan sebuah surat kabar jika kita mengukur dari frekuensi kemunculannya. Berita peradilan dan hukum menjadi penting karena mengandung elemen konflik di dalamnya. Dari kasus-kasus peradilan juga sering muncul perbincangan dan polemik di surat kabar tentang kualifikasi, dedikasi, loyalitas dan komitmen para penegak hukum.⁴⁴

d. Kriminal

Berita kriminal adalah berita mengenai segala peristiwa kejadian dan perbuatan yang melanggar hukum seperti pembunuhan, perampokan, pembajakan, pemerkosaan, penipuan, korupsi, terorisme, narkoba dan segala sesuatu yang bertentangan dengan norma-norma kesusilaan yang ada dalam masyarakat. Sama halnya dengan kasus peradilan, kriminalitas juga dianggap sebagai peristiwa yang menarik karena pada dasarnya manusia ingin hidup dalam suasana tentram. Oleh sebab itu, peristiwa

⁴³Ibid, h. 43.

⁴⁴Ibid, h. 44.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kriminal sendiri (*event of crime*) mengundang daya tarik karena mengandung daya tarik karena mengandung ancaman. Peristiwa selalu menarik perhatian pembaca.⁴⁵

e. Kecelakaan

Berita kecelakaan termasuk berita yang tidak dapat diduga sebelumnya. Berita ini tergolong berita buruk, bukan *good news*. Seperti halnya berita kriminal, setiap orang juga ingin luput dari yang namanya celaka. Berita kecelakaan mencakup bencana alam seperti gempa bumi, gunung meletus, tsunami, angin topan, kecelakaan lalu lintas, lalu lintas darat, udara dan laut atau kebakaran yang dapat menelan korban baik nyawa maupun harta benda.⁴⁶

f. Seni dan Budaya

Seni merupakan wujud refleksi keindahan dan pesona kehidupan. Oleh sebab itu, seni selalu diminati umat manusia sepanjang masa. Berita-berita seni dan budaya menarik karena dapat dapat memperhalus pekerti misalnya berita pegelaran seni tari, pameran lukisan, patung, pertunjukan drama, film, pagelaran musik, dialog atau diskusi seni dan budaya.⁴⁷

g. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Iptek)

Pada dasarnya manusia menyukai kemajuan. Berita ilmu pengetahuan berkaitan dengan penemuan-penemuan baru, inovasi dan teori. Berita ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi menarik karena secara langsung mempengaruhi kehidupan orang banyak. Dalam perkembangan peradaban di era *millennium* ketiga ini tidak ada bidang kehidupan manusia dan lingkungannya yang tidak dipengaruhi oleh ilmu pengetahuan dan teknologi.

⁴⁵ Ibid, h. 44.

⁴⁶ Ibid, h. 45.

⁴⁷ Ibid, h. 46.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

h. Olahraga

Berita olahraga meliputi seluruh kegiatan olahraga. Berita olahraga ini umumnya tergolong berita yang dapat diduga, biasanya mencapai puncaknya saat turnamen atau pesta olahraga berskala nasional dan internasional seperti PON, ASIAN *games*, Olimpiade, turnamen sepak bola (Piala Dunia, Piala Eropa, Liga Champion) dan sebagainya. Setiap surat kabar harian dan majalah berita umumnya mempunyai rubrik khusus berita olahraga.⁴⁸

6. *Headline*

Berita utama atau *headline news*, memiliki beberapa unsur yang dominan dalam media cetak. Unsur-unsur yang dominan tersebut bisa meningkatkan prestasi dan daya saing. Surat kabar akan tetap bertahan atau bahkan bisa membuat media cetak itu bisa menempati peringkat tertinggi.

Headline adalah judul yang merupakan kalimat lengkap dengan pengertian yang jernih dalam susunan yang memiliki subyek, predikat, obyek. Judul jenis ini biasanya didapat pada *Hard News/Sport News*.

Headline yang bagus adalah yang mampu orang tertarik membaca hingga sampai tuntas. Disamping itu pula pengertian *headline* yang lain yaitu berita-berita menarik yang dijadikan topik utama dan dipasang di halaman depan pada media massa Koran.

Djunaedy mendefinisikan *headline* sebagai suatu berita yang dianggap paling layak untuk dimuat di halaman depan, dengan judul yang menarik perhatian dan menggunakan tipe huruf dari suatu surat kabar.⁴⁹

Salah satu definisi manajemen yang cukup menarik dan banyak dianut oleh orang banyak adalah definisi dari Fayol yang berbunyi :

⁴⁸Ibid, h. 27.

⁴⁹Djunaedy, Kurniawan, *Ensiklopedia Pers Indonesia*.(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Manajemen adalah proses menginterpretasikan, menkoordinasikan sumber daya, sumber dana dan sumber-sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran melalui tindakan-tindakan perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pergerakan (actuating), dan pengendalian (controlling)”. Atau kalau disingkat menjadi POAC yang menyangkut koordinasi antara manusia dan fungsi-fungsinya dalam manajemen redaksional tersebut.⁵⁰

Headline (Judul berita) merupakan bagian yang penting dalam berita, kreativitas banyak digali untuk membuat judul yang menarik dan memikat pembaca. Untuk membuat judul yang cocok dan memikat, kata-kata disedemikian rupa, melibatkan wawasan, emosi, dan kecerdikan penulis untuk menarik pembaca. Meskipun sebuah judul harus mencerminkan isi tulisan, namun kaidah pembuatan judul mempersyaratkan ketentuan judul yang singkat dan padat, judul tidak harus berupa kalimat lengkap (subjek, prediket, dan objek), tak perlu tegas menyiratkan maksud utama penulis atau tegas menyamakan makna (mengandung arti ganda)⁵¹. Ada berbagai jenis *headline* (judul berita) yang biasa digunakan oleh wartawan:

- 1) Judul dari titik pandang isi, yaitu judul yang meletakkan sudut pandang dari materi tulisan sebagai daya pengungkap dan penjelas. Tiap katanya memberi tentang apa yang terdapat di dalam keseluruhan tulisan sehingga pembaca bisa memutuskan akan membaca atau tidak.
- 2) Judul *how-to*, yaitu judul yang menerangkan isi atau maksud tulisan yang disusun dalam ringkasan judul yang spesifik.
- 3) Judul-judul 5W+1H, yaitu judul-judul yang merujuk pada unsur *who, what, when, where, dan why*.
- 4) Judul *superlatif*, yaitu judul-judul yang mengilustrasikan keluar-biasaan atau kehebatan dari materi.

⁵⁰Fayo1, *Mananejemen*, (Jakarta, Erlangga, 2005), h. 3

⁵¹Santana K Septiawan, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), h. 206

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) Judul bertanya, yaitu judul yang menggunakan tanda tanya yang biasanya menyentak, menggugah.

6) Judul dari titik pandang bentuk, yaitu judul yang sering dianggap sebagai bentukan utama dari judul tulisan jurnalisme.

Headline di sebuah berita sangat penting. Membuat *headline* yang berhasil, tidak sekedar asal-asalan. Diperlukan keterampilan tersendiri dalam membangun laporan berita yang sudah dimuat dan dipublikasikan media cetak, kita memang menyaksikan bahwa *headline* dulu tampak, bukan berita dan batang berita. Ini merupakan hasil akhir dari sebuah proses pencarian penulisan, dan pencetakan berita. Namun, sebenarnya headline dibuat paling akhir setelah batang tubuh berita dan lead ditulis.⁵²

Headline merupakan inti dari informasi di surat kabar yang akan diminati oleh *audience*. Oleh karena itu, penulisan *headline* harus benar-benar menarik karena *audience* sebelum membaca berita pastilahakan melihat judulnya terlebih dahulu. Untuk itu teknik dalam penulisan *headline* yang menarik harus benar- benar dipraktikan oleh seorang wartawan.

a. Fungsi *Headline* (judul berita)

Headline atau judul berita merupakan intisari dari sebuah berita yang memiliki beberapa fungsi antara lain:⁵³

1) Menarik Perhatian

Dengan fungsi ini menjadikan *headline* bertugas memamerkan berita, merias berita, bahkan merias seluruh halaman surat kabar.

2) Identitas Berita

Headline merupakan identitas dari masing-masing berita, dengan demikian headline menjadi sebagai pemisah dan pembeda antara berita yang satu dengan yang lain. Sebab pada hakikatnya, antara berita yang satu dengan yang lain adalah berita.

⁵²Putra, Masri Sareb, *Teknik Menulis Berita dan Feature*, (Jakarta: Kencana Media, 2006), h. 63

⁵³Widodo. *Teknik Wartawan Menulis Berita Di Surat Kabar dan Majalah*. (Surabaya : Indah, 1997), h.. 73

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Pencerminan Isi Berita

Headline atau kepala berita merupakan pencerminan isi. Seyogyanya headline itu merupakan bagian terpenting atau intisari dari berita. Mengintisari berita berarti sekaligus mencerminkan isi berita.

b. Bahasa *Headline* (judul berita)

Bahasa *headline* atau kepala berita harus padat, menarik, dan benar benar hemat kata. Ada yang mengistilahkan bahasa *headline* adalah sebagai *telegrafis*. Sebab menyusun kata-kata dalam *headline* adalah sebagai kata harussingkat, padat, cepat, dan menarik. Hal itu dikarenakan ruang surat kabar yang terbatas dan selalu diburu waktu⁵⁴.

Dalam bahasa *headline*, prinsip yang dipegang adalah *headline* harus ditulis dalam bentuk kalimat aktif. *Headline* aktif berarti harus mengandung kata kerja atau verb. Sebab, *headline* mesti “hidup”. Tanpa ada kata kerja didalamnya, maka *headline* itu “mati”. Dan disebut “*label headline*” atau kepala berita merk

Prinsip lain ialah *headline* secara keta harus membatasi diri pada fakta- fakta dalam berita atau dalam cerita. Hal yang bersifat pendapat atau opini, komentar atau ulasan, harus dibuang dari kepala berita. Dengan menggunakan kata-kata sederhana dan mengandung konotasi kata dalam bentuk aktif bukan pasif. Bahasa *headline* (judul berita) mesti padat dan dinamis, keterbatasan ruangan tambah menuntut dipenuhi syarat tersebut.⁵⁵

c. Pedoman Menulis *Headline*

Meskipun headline berisi kata paling sedikit dibandingkan unsur lain di koran atau majalah, namun dibutuhkan lebih banyak pemikiran dan kreativitas untuk menulis *headline* ketimbang menulis unsur lainnya. *Headline* biasanya dibuat baru menjelang deadline, dan penulis harus berusaha semaksimal mungkin untuk menciptakan *headline* yang bagus sehingga bisa menarik pembaca. Untuk itu berikut pedoman menulis

⁵⁴Ibid.,h. 45

⁵⁵Anwar, Op.Cit. h. 95

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

headline yaitu:⁵⁶

1) Harus akurat

Fakta di *headline* harus sepenuhnya sesuai dengan berita.

2) Informatif

Cobalah jawaban sebanyak mungkin seperti dalam teras berita.

3) *Fair*

Jika berita memuat dua sisi suatu isu, cobalah untuk merefleksikan perbedaan itu dalam *headline*. Jangan melakukan editorialisasi secara langsung atau tidak langsung kecuali *headline* itu untuk berita opini.

4) *Headline* harus memberi kesan yang sama dengan isi berita.

5) Jangan meletakkan sesuatu yang tidak ada dalam berita ke dalam *headline*.

d. Jenis-jenis *Headline*

Pada dasarnya *headline* memiliki berbagai bentuk macam dan jenisnya sesuai dengan pemakaiannya. Hal tersebut dilakukan agar bisa menarik perhatian pembaca atau *audience*. Berikut jenis-jenis *headline* berdasarkan kepentingan beritanya:⁵⁷

1) *Banner headline*, untuk berita yang sangat penting. Biasanya dibuat dengan jenis dan ukuran huruf yang mencerminkan sifat gagah dan kuat, hurufnya terbesar dan lebih besar ketimbang jenis headline yang lainnya, serta menduduki tempat lebih dari empat kolom.

2) *Spread headline*, untuk berita penting, *headline* lebih kecil dari *benner headline*, serta menduduki tempat hanya tiga atau empat kolom saja.

3) *Secondary Headline*, untuk berita yang kurang penting. Ia lebih kecil dari *spread headline* dan tempat yang diperlukan hanya dua kolom saja.

4) *Subordianted Headline*, untuk berita yang dianggap tidak penting, biasanya kehadirannya untuk menutup tempat yang kosong pada halaman

⁵⁶ Rolnicki, Tom E., C. Dow Tate, Sherri A. Taylor, *Pengantar Dasar Jurnalisme* (Scholastic Journalism), (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 224

⁵⁷ Suhandang, Kustadi, *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, & Kode Etik*, (Jakarta: Nuansa Cendekia, 2004), h. 116

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang bersangkutan. Karena itu tempatnya pun cukup satu kolom saja dengan ukuran huruf dan ketebalan lebih rendah ketimbang jenis lainnya.

Jika didasarkan dengan tampilannya, *headline* juga dibagi beberapa bagianyaitu:⁵⁸

- 1) *Headline* satu baris, merupakan *headline* yang terdiri dari satu kalimat yang tidak terputus.
- 2) *Headline* dua baris, merupakan *headline* yang terdiri dari satu kalimat yang dibagi menjadi dua baris. Masing-masing baris dihitung terpisah. Diujung setiap baris sesungguhnya terdapat spasi yang tidak kelihatan.
- 3) *Headline* tiga baris adalah satu kalimat yang dipecah menjadi tigabarisi.
- 4) *Deck*, merupakan *headline sekunder* yang diletakkan dibawah *headline* utama.
- 5) *Hammer*, merupakan *headline* frasa singkat atau bahkan satu kata yang ditulis dengan huruf lebih besar.
- 6) *Tripot*, merupakan *headline* kombinasi huruf atau frasa berukuran besar yang diikuti dengan dua baris headline yang diketik dengan huruf setengahnya. Tinggi dua baris dibagikan kedua itu sama dengan ketinggian huruf bagian pertama.

7. Strategi Redaksi dalam Membuat Headline

Pengertian strategi itu sendiri dinyatakan oleh Handoko bahwa strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi, strategi memberikan pengarahan terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi, dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber-sumber daya organisasi yang digunakan untuk pencapaian tujuan.⁵⁹

Redaksi adalah sebuah struktur dan mekanisme yang terdapat di dalam pengelolaan media massa baik itu media online ,media elektronik ataupun

⁵⁸Rolnicki, Tom E., C. Dow Tate, Sherri A. Taylor, *Op.Cit.*, h. 222

⁵⁹Handoko, *Dasar-dasar Manajemen*, (Yogyakarta, BPFE, 2003), h. 86

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media cetak .tugas redaksi adalah untuk menentukan apakah suatu kejadian tertentu bisa menjadi nilai berita atau tidak.⁶⁰

Redaksi dalam sebuah surat kabar seperti halnya penjaga gawan (gate keeper). Menurut Bittner dalam Nurudin, *gatekeeper* adalah individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa). Ia juga menyatakan fungsi seorang gatekeeper ke dalam 4 (empat) hal yaitu :⁶¹

1. Menyiarkan informasi
2. Membatasi informasi dengan mengeditnya sebelum disebar
3. Memperluas kuantitas informasi dengan menambahkan fakta dan pandangan lain
4. Menginterpretasikan informasi

Djunaedy mendefinisikan *headline* sebagai suatu berita yang dianggap paling layak untuk dimuat di halaman depan, dengan judul yang menarik perhatian dan menggunakan tipe huruf dari suatu surat kabar.⁶²

Strategi redaksi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khlayak. Cara seperti ini menurut Susanto, merupakan persuasi dalam arti yang sesungguhnya.

Dengan semakin pesatnya perkembangan serta persaingan antar media massa, diperlukan kejelian dari seorang pemimpin surat kabar untuk mengolah surat kabar tersebut. Hal ini dapat dilihat dari kemampuannya dalam mengkoordinasikan masing-masing wartawan dan masing-masing bidang liputan (desk) baik dalam pencapaian strategi dalam jangka panjang. Untuk mencapai keunggulan redaksional tersebut seorang pemimpin redaksi dalam

⁶⁰ Barge, *Teori Sosiologi Kontemporer* (Jakarta:Media Pers,2005) , h.6.

⁶¹Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, (Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2007) ,h. 125.

⁶²Djunaedy, Kurniawan, *Ensiklopedia Pers Indonesia*.(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengolah manajemen redaksinya pada hakikatnya tidak jauh berbeda dengan manajemen umum.

B. Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi redaksi dalam membuat *headline* berita di pekanbaru pos antara lain adalah :

1. Juang Prakoso (2015) Universitas Uin Suska Riau, dengan judul penelitian Analisis Kinerja Wartawan Di Media Harian Vocal Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja wartawan di harian Vocal di Pekanbaru. Dari hasil penelitian juang prakoso menyatakan bahwa wartawan harian vocal dalam hal kualitas kinerja wartawannya, wartawan media harian vocal Pekanbaru selalu bekerja dengan teliti, yang mana jumlah data olahannya 55,56% dengan pilihan angket sangat setuju.

Sedangkan dalam hal kualitas responden banyak memilih poin pencapaian target dengan persentase 58,33% dengan pilihan angket cukup setuju. Mereka mengatakan bahwa alokasi waktu wartawan dalam melakukan pekerjaan dapat mereka gunakan dengan baik.

2. Alfiandri (2015) Mahasiswa UIN Suska Riau dengan judul Strategi Komunikasi Eksternal Harian Umum Haluan Riau Dalam Membangun Relasi Dengan Pemerintah Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi eksternal harian umum haluan riau dalam membangun relasi dengan pemerintah kota pekanbaru dengan hasil :

a. Pihak harian umum haluan riau menetapkan redaktur pelaksana dan kordinator liputan sebagai komunikator untuk melakukan lobi-lobi dengan pemerintah kota pekanbaru.

b. Pesan yang ingin disampaikan oleh harian umum haluan riau adalah penawaran kerja sama antara harian umum haluan riau dengan pemerintah kota pekanbaru dalam hal periklanan dan pemberitaan tentang pemerintah kota pekanbaru

c. Efek yang di dapat dari bentuk kerja sama antara harian umum haluan riau dengan pemerintah kota Pekanbaru adalah terbentuknya periklanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan pemberitaan tentang pemerintah kota pekanbaru yang di muat dalam Koran harian haluan riau.

3. Dewi Melasari (2015) mahasiswa UIN Suska Riau dengan judul Strategi Komunikasi Politik Dpc Partai Gerindra Kota Pekanbaru Dalam Rekrutmen Anggota penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik untuk rekrutmen anggota dari hasil penelitian dewi mela sari menyatakan seorang komunikator harus memiliki skill, pandai berkomunikasi dan cara yang bagus dalam menyampaikan pesan yang mudah dimengerti oleh masyarakat atau publik. Serta tidak terlepas dari penyampaian visi dan misi partai, motto dan juga paling terutama program partai gerindra pada setiap pertemuan.

C. Kerangka Pikir

Pimpinan redaksi adalah pemegang kekuasaan tertinggi dalam pengelolaan produksi maupun penyiaran berita dan informasi . Redaksi yaitu orang yang menciptakan laporan sebagai profesi untuk menyebarluaskan atau di publikasikan dalam media massa seperti Koran, Televisi, Radio, majalah, Dokumentasi, Internet.⁶³

Peranan seorang pimpinan redaksi sangat menentukan bagaimana berjalannya proses produksi berita agar tidak terjadi hal yang akan menghambat proses produksi berita dan berita yang diterbitkan dapat dimengerti oleh khalayak.

Redaksi dalam sebuah surat kabar seperti halnya penjaga gawang (gate keeper). Menurut Bittner dalam Nurudin, *gatekeeper* adalah individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa).⁶⁴

Ruang lingkup strategi redaksi di Pekanbaru Pos terdiri dari 3 (tiga) hal yaitu :

1. Menyaring berita strategi yang dilakukan oleh redaksi adalah :

⁶³ Barger, *Teori Sosiologi Kontemporer*, (Media Pers Jakarta, 1990),h. 6.

⁶⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2007) ,h. 125.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Mengumpulkan seluruh berita yang masuk dari masing-masing redaktur
 - b. Memilih beberapa berita yang dianggap menarik
 - c. Memeriksa keakuratan berita
2. Menulis berita yang akan menjadi headline
 - a. Memilih kata yang tepat untuk judul headline
 - b. Menulis berita sesuai dengan fakta
 - c. Menulis berita agar lebih informatif
 3. Menentukan berita yang akan menjadi headline tahapannya adalah :
 - a. Menilai tingkat kepentingan berita
 - b. Menilai besaran atau nilai berita
 - c. Kedekatan emosional dengan pembaca

Berdasarkan uraian teori seperti telah dikemukakan di atas maka dapat dibuat bagan kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

