

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *Media of mass communication* (media komunikasi massa) media massa yang dihasilkan oleh teknologi modern. Jadi, di sini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin, 2007:4).

Komunikasi massa sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film (Cangara, 1998:35).

Peran media cetak sangatlah penting sehingga sulit di bayangkan negara-bangsa (*nation-state*) modern bisa hadir tanpa keberadaannya. Selama berabad-abad media cetak menjadi satu-satunya alat pertukaran dan penyebaran informasi, gagasan dan hiburan, yang sekarang ini dilayani oleh aneka media komunikasi, selain menjadi alat utama menjangkau publik, media cetak juga menjadi sarana utama untuk mempertemukan para pembeli dan penjual (Theodore, 2003:17).

Manusia sebagai makhluk sosial di dalam kehidupannya memerlukan suatu alat atau media untuk saling berhubungan. Dalam hal ini, kebutuhan akan adanya media surat kabar merupakan kebutuhan bersama manusia, karena peranannya sebagai penghubung bathin dan santapan rohani yang sukar ditinggalkan, demikian menurut D. Hans. Selain itu menurut Van der Hout, surat

kabar tidak membeda-bedakan golongan atau kebangsaan. surat kabar mempunyai pengaruh besar terhadap para pembacanya. seperti yang di kemukakan Cramer, yaitu memberikan informasi, mendidik sebagai dosen, memudahkan pengertian, mengadakan kontrol, membina pendapat umum. maka pemberitaan surat kabar menggambarkan segala sesuatu yang berlangsung di sekitarnya, dengan demikian akan memberikan informasi kepada para pembacanya tentang peristiwa yang sedang berlangsung (Mainanda, 1981:43).

Keberadaan media massa yang berupa surat kabar telah ada dan berkembang sejak lama dengan berbagai pilihan berita yang dimuatnya. Banyaknya berbagai macam surat kabar yang terbit tentu akan memunculkan persaingan dengan media massa lain. Di sini surat kabar dalam berebut pelanggan tidak hanya bersaing dengan sesama surat kabar, tetapi juga dengan media massa yang lain, yaitu berupa televisi dan radio. Surat kabar menjual berita dan iklan begitu juga dengan radio dan televisi (Muhtadi, 1999:145).

Pada dasarnya, pekerjaan di surat kabar tidak pernah berubah walau ratusan tahun lamanya. Sejak dulu, pekerjaan surat kabar adalah mencari dan mengumpulkan informasi kemudian mengolahnya menjadi berita dan mencetaknya di atas lembaran.

Setiap pemberitaan dipengaruhi oleh suasana politik di bagian *News Room*, struktur kekuasaan mengakibatkan para editor (redaktur), penerbit dan manajer-manajer pemberitaan, menduduki posisi-posisi penting dalam membuat keputusan-keputusan berita yang hendak diangkat. berita dipenuhi dengan bidang-bidang garapan, publik media menjadi penentu pilihan pemberitaan. Program

pemberitaan didesain dengan mengikuti apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan pembaca, berita dibuat sebagai sarana dialog masyarakat yang hendak mendiskusikan apa-apa yang mereka perlukan, konsep jurnalistik publik (*Public Journalism*) terbangun, system keredaksian melahirkan tim-tim yang mengorganisir isu-isu seperti keselamatan publik dan kehidupan pribadi warganegara (Santana, 2004: 74).

Azam yang lahir sejak tanggal 20 Desember 1998 Sebagai tabloid yang berusia muda sebagai pilar demokrasi kehadiran AZAM, telah ikut meramaikan bursa pembangunan di dunia informasi. Jurnalisme akomodatif ditetapkan sebagai pilihan jurnalisme di dalam aksi pemberitaannya. Walau terasa sulit merumuskan akan tetapi kasat mata, kata akomodatif terjemahkan sebagai sikap yang tidak membabi buta, yang berimbang dalam pemberitaan, yang tidak menyerang. Yang membungkus kata dengan bahasa yang santun, yang tak terasa sakit bila dicubit, yang arah bangunannya *civil society* yang menjadi visi awal kemunculan AZAM. Sampai sekarang tabloid AZAM tetap berdiri dan maju walau banyak sekali media-media baru bermunculan.

Tabloid AZAM merupakan tabloid yang lebih mengedepankan berita perkembangan politik di Riau. Berita yang disajikan akurat dan terpercaya sehubungan dengan persaingan yang sangat ketat di dalam dunia media massa, bagaimana peran manajemen tabloid AZAM terutama di bagian redaksi untuk meningkatkan kualitas dan kredibilitas beritanya.

Media massa sebagai industri jasa komunikasi dan informasi, kini di hadapkan pada pola kompetisi yang ketat, keras dan tajam. Media surat kabar,

majalah radio siaran, atau media televisi yang tidak di kelola secara profesional dengan dukungan kapital besar, niscaya akan rontok, berguguran lenyap tanpa bekas dalam tempo relatif singkat. Fakta menunjukkan, selama era reformasi periode 1999-2004, tercatat tidak kurang dari 600 penerbitan pers yang gulung tikar. Mereka dihadapkan kepada masalah pengelolaan yang tidak profesional, kekurangan modal atau gabungan keduanya (Sumadiria, 2005:95).

Dalam menyajikan berita dan informasi pada masyarakat tentunya memerlukan sebuah manajemen yang baik terutama surat kabar lokal terutama manajemen bagian redaksi. Kebijakan redaksional menjadi pedoman bagi penyelenggaraan semua kegiatan redaksional ia merupakan gabungan dari cita-cita institusional sebuah surat kabar atau majalah dan keinginan pembaca (Abrar, 1995:16). Bidang ini terdapat pertimbangan yang digunakan. Bisa menyangkut aspek apakah nilai tulisan atau berita itu bernilai berita atau tidak, menarik tidaknya bagi pembaca, serta menjaga corak politik yang di anut penerbitan pers tersebut berita yang sama bisa di jumpai akan berbeda cara penyajiannya pada koran yang berbeda.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang manajemen redaksi tabloid azam, dengan judul:

”PERAN MANAJEMEN REDAKSI TABLOID AZAM DALAM MENINGKATKAN KUALITAS BERITA”

B. Alasan Pemilihan Judul

1. Untuk menghasilkan berita yang bermutu tidak terlepas efektifitas manajemen di bidang redaksi, sehingga penulis tertarik untuk meneliti

manajemen redaksi untuk mengetahui lebih dalam peran manajemen di bidang redaksi tabloid Azam dalam meningkatkan kualitas berita.

2. Sepengetahuan penulis penelitian tentang manajemen dibidang redaksi pada tabloid belum di lakukan.
3. Permasalahan ini sesuai dengan jurusan dan pendidikan yang ditekuni, yaitu jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dalam hal ini memungkinkan bagi penulis untuk mengadakan penelitian, baik dari segi waktu, dana serta objek yang mendukung dalam penelitian ini.
4. Lokasi penelitian mudah dijangkau oleh peneliti.

C. Penegasan Istilah

1. Peran

Peran menurut kamus besar Bahasa Indonesia (2007:854), salah satu penertian peran adalah perangkat tingkah yang di harapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dimasyarakat dan yang di maksudkan peran di dalam skripsi ini adalah peran manajemen tabloid azam dalam meningkatkan kualitas berita.

2. Manajemen

Manajemen adalah seni dan ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian, dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk mencapai tujuan (Siswanto, 2011:02)

3. Redaksi

Redaksi dapat di katakana sebagai dapur sebuah penerbitan surat kabar dimana bagian inilah yang meningkatkan penghasilannya (Mainanda, 1981:51)

4. Tabloid

Kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang di cetak dalam lembaran kertas ukuran broadsheet (lebih kecil dari plano) dan dilipat seperti surat kabar (Djuroto, 2000:11)

5. AZAM

Adalah Tabloid mingguan yang terbit di pekanbaru Riau

6. Kualitas

Kualitas menurut W. Edwards Deming berpendapat kualitas berarti pemecahan masalah untuk mencapai penyempurnaan terus-menerus (Suardi, 2003:2).

7. Berita

Berita dalam bahasa ingris di sebut *News*. Dalam *the Oxford paperback Dictionary* terbitan *Oxford University Press* (1979), *news* diartikan sebagai “informasi tentang peristiwa-peristiwa terbaru” (*information about recent event*) (Asep, 2005: 33).

D. Permasalahan

1. Identifikasi masalah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam latar belakang maka masalah yang dapat di identifikasi:

- a) Dengan semakinkuatnya persaingan media, Sejauhmana peran manajemen dilakukan oleh Tabloid Azam dalam meningkatkan kualitas berita?
- b) Bagaimana bentuk strategi dalam manajemen tabloid azam dalam mempertahankan kualitas berita?

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat terarah, maka masalah dibatasi pada pelaksanaan manajemen yang diterapkan oleh manajemen redaksi tabloid Azam dalam meningkatkan kualitas berita. Dalam penelitian ini akan difokuskan pada proses perencanaan (*Planning*) artinya merencanakan pekerjaan, Pengorganisasian (*organizing*) diartikan sebagai pembagian tugas, Pengarahan (*Directing*) diartikan memberi wewenang kepada orang-orang tertentu untuk memimpin pekerjaan, pengawasan (*Controlling*) artinya melihat pelaksanaan tugas, serta sarana dan prasarana sebagai penunjang didalam manajemen (Djuroto, 2000:96).

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: “bagaimana peran manajemen yang di terapkan di tabloid Azam sehingga dapat meningkatkan kualitas berita?”

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana peran manajemen yang di terapkan di bidang redaksi tabloid azam,mulai dari proses, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta sarana dan prasarana sebagai penunjang manajemen itu di lakukan.

2. Manfaat Penelitian

- a. Sebagai informasi bagi pihak pengelola bidang manajemen redaksi Azam
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya hasil penelitian pada ilmu komunikasi dan pada tabloid azam dalam kegiatan manajemennya untuk meningkatkan dan mempertahankan pembacanya.
- c. Bagi penulis dapat memberikan pengalaman dan mengembangkan wawasan keilmuan penulis dalam bidang manajemen redaksi.
- d. sebagai penyelesaian tugas akhir, guna memperoleh gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi.

F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1. Kerangka Teoritis

Pada sub ini akan disajikan kerangka teoritis yang nantinya sebagai tolak ukur dalam penelitian. Kerangka teoritis memuat teori-teori dengan tujuan untuk memudahkan dalam menjawab permasalahan secara teoritis, dengan kerangka teoritis inilah konsep operasional dirumuskan untuk memudahkan pelaksanaan penelitian.

a. Peran

Istilah “peran” kerap diucapkan banyak orang. sering kita mendengarkata peran dikaitkan dengan posisi atau kedudukan seseorang. Lebih jelasnya kata “*peran*” atau “*role*” dalam kamus oxford dictionary diartikan: *actors part one’s task or function* yang berarti aktor, tugas seseorang atau fungsi. Sedangkan dalam kamus besar bahasa indonesia (1988:667), adalah seperangkat tingkah yang diharapkan dan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Menurut soerjono soekanto (2002:243), peran merupakan aspek dinamisasi kedudukan (status). Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya.

(http://id.wikipedia.org/wiki/Teori_peran 29.11.2013)

Peran adalah perangkat tingkah laku yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Sedangkan menurut Gros mason dan Mceachern mendefinisikan peranan sebagai seperangkat harapan-harapan yang dikenakan pada individu yang menempati kedudukan sosial tertentu.

Peranan organisasi atau kelompok merupakan kerjasama dua orang atau lebih dalam menjalankan peranannya, sebagai pemberi harapan bagi orang lain.

Konsep tentang peran (*role*) menurut komarudin (1994:768) mengungkapkan sebagai berikut:

1. Bagian dari tugas utama yang harus dilakukan oleh manajemen.
2. Pola perilaku yang diharapkan dapat menyertai suatu status.

3. Bagian suatu fungsi seseorang dalam kelompok atau pranata.
4. Fungsi yang diharapkan dari seseorang atau karakteristik yang ada padanya.
5. Fungsi setiap variabel dalam hubungan sebab akibat.

Scott et al. (1981) dalam Kanfer (1987:197) menyebutkan lima aspek penting dari peran, yaitu:

1. Peran itu bersifat impersonal: posisi peran itu sendiri akan menentukan harapannya, bukan individunya.
2. Peran itu berkaitan dengan perilaku kerja (*task behavior*) – yaitu, perilaku yang diharapkan dalam suatu pekerjaan tertentu.
3. Peran itu sulit dikendalikan – (*role clarity* dan *role ambiguity*)
4. Peran itu dapat dipelajari dengan cepat dan dapat menghasilkan beberapa perubahan perilaku utama.
5. Peran dan pekerjaan (*jobs*) itu tidaklah sama – seseorang yang melakukan satu pekerjaan bisa saja memainkan beberapa peran.

b. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dan fungsi manajemen itu. Jadi, manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang di inginkan (Malayu, 2008: 1).

Manajemen dilihat dari bahasanya berasal dari bahasa Inggris *Management*. Semula bahasa Italia *manaj (iare)*, bersumber dari bahasa Latin *Mamis*, artinya tangan. *Management* atau *Manaj (iare)*

berarti memimpin, membimbing, dan mengatur. Sampai sekarang belum ada seorangpun yang mendefinisikan manajemen secara baku. Para ilmuwan masih mendefinisikan manajemen dengan bermacam-macam. Salah satu manajemen yang cukup menarik dan banyak dianut banyak orang, adalah definisi dari Henry Fayol yang berbunyi” Manajemen adalah proses menginterpretasikan, mengkoordinasikan sumber daya, sumber dana, dan sumber-sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan penilaian” (Djuroto, 2004: 95).

Kita akan melihat beberapa pengertian mengenai manajemen sebagai berikut:

1. Manajemen menurut G.R Terry adalah manajemen merupakan suatu proses yang khas, terdiri dari tindakan-tindakan, perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sarana-sarana yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lainnya (Handoko, 2003: 19)
2. Schoderbek, Cosier, dan Aplin, memberikan definisi manajemen sebagai: *A Process of achieving organizational goal through others* (suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain).

3. Stoner, memberikan definisi manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.
4. Pandangan lain yang lebih menekankan pada aspek sumber daya (*Resource acquisition*) dan kegiatan koordinasi dikemukakan oleh Pringle, Jennings dan Longeneckers yang mendefinisikan manajemen sebagai: *Management is the process of acquiring and combining human, financial, informational and physical resources to attain the organization's primary goal of producing a product or service desired by some segment of society* (manajemen adalah proses memperoleh dan mengombinasikan sumber daya manusia, keuangan, informasi dan fisik untuk mencapai tujuan utama organisasi yaitu menghasilkan suatu barang atau jasa yang diinginkan sebagai segmen masyarakat).
5. Wayne Mondy (1983), dan rekan memberikan definisi manajemen yang lebih menekankan pada faktor manusia dan materi sebagai berikut: *the process of planning, organizing, influencing and controlling to accomplish organizational goal through the coordinated use of human and material resources*. (proses perencanaan, pengorganisasian, memengaruhi dan pengawasan

untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi). (Morissan, 2008:127-128)

6. Dalam filsafat manajemen adalah kerjasama saling menguntungkan, bekerja efektif dan dengan metode kerja yang terbaik untuk mencapai hasil yang optimal (Malayu, 2008:5).

Oleh karena itu, antara pengawasan dan perencanaan merupakan dua fungsi yang tidak terpisahkan dari peran manajemen. Pengawasan juga berfungsi sebagai manajemen untuk mencegah terjadinya penyimpangan-penyimpangan yang berlarut-larut, sehingga harus segera diatasi.

Ada tiga alasan utama mengapa manajemen diperlukan, yaitu:

- a. Untuk mencapai tujuan. manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi.
- b. Untuk menjaga keseimbangan. Manajemen dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi.
- c. Untuk mencapai efisiensi dan efektifitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda. Salah satu cara umum yang banyak digunakan adalah dengan menggunakan patokan efisiensi dan aktifitas (Handoko dalam Morisan, 2008:127)

Oleh karena itu, antara pengawasan dan perencanaan merupakan dua fungsi yang tidak terpisahkan dari peran manajemen.

Pengawasan juga berfungsi sebagai manajemen untuk mencegah terjadinya penyimpangan-penyimpangan yang berlarut-larut, sehingga harus segera diatasi.

c. Manajemen Redaksi

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata (Terry, 2010:1).

Tidak peduli berapa pun ukurannya, dari media lokal sampai media nasional, setiap media pers pasti memiliki organisasi manajemen tertentu. pada pers, manajemen meliputi bagian bagian spesifik menurut kebutuhan institusi yang bertugas sebagai lembaga yang memproduksi atau melaporkan informasi (Santana, 2005:186).

Dalam pembahasan tentang manajemen redaksi berikut mengacu pada konsep fungsi manajemen dari Hanry Fayol, yaitu *Planning, Organizing, Acting* dan *Controlling* (POAC).

Planning artinya perencanaan, yakni penyusunan atau penetapan tujuan dan aturan. *Organizing* artinya pengorganisasian berupa pembentukan bagian-bagian, pembagian tugas atau pengelompokan kerja. *Acting* pelaksanaan rencana. *Controlling* adalah pengawasan dan evaluasi hasil kerja.

Pada tahap *Planning*, dilakukan penyusunan atau penetapan visi, misi lalu media, motto rubrikasi, dan position (segmentasi pasar) yang menjabarkan sekaligus mencerminkan visi dan misi tersebut.

Pada tahap *Organizing* dilakukan pembentukan struktur organisasi redaksi yang bisa dituangkan dalam Boks Redaksi (*Masthead*) dan pembagian tugas atau gambaran kerjanya (*Job description*) masing-masing bagian.

Pada tahap *Acting* semua bagian bekerja sesuai perencanaan dan pengorganisasian yang telah disusun, termasuk pelaksanaan program pemberitaan seperti Rubrikasi, karakteristik berita layak muat, Kriteria narasumber wawancara,dll. Pada bagian ini mengacu pada buku pedoman gaya bahasa (*Style book*). Tahap ini diawali dengan rapat redaksi untuk melakukan perencanaan peliputan dan penulisan berita (*News Planning*).

Pada tahap *Controlling* Peran pimpinan redaksi menonjol, ia mengawasi kinerja jajaran redaksi, apakah sesuai dengan rencana atau tidak, ia juga memutuskan penghargaan dan hukuman (*reward and Punishment*) terhadap wartawan yang berprestasi dan melakukan pelanggaran (Asep, 2005:19)

Redaksi merupakan sisi ideal sebuah media atau penerbitan pers yang menjalankan visi, misi atau idealisme media,bagian redaksi tugasnya meliput, menyusun, menulis atau menyajikan informasi

berupa berita, opini, atau feature. orang-orangnya di sebut wartawan (Asep. 2002: 11).

Hampir semua bagian yang ada pada jajaran redaksi adalah wartawan, karena mereka berkaitan langsung dengan proses pencarian, pengumpulan, pengolahan, dan penulisan berita, kendati begitu, ada karyawan non-wartawan yang juga bekerja membantu di bagian ini, misalnya karyawan di bagian sekretariat redaksi yang membantu kemudahan pekerjaan staf redaksi. Secara organisasional bagian ini berada di bawah Pemimpin Redaksi, yang juga membawahi, Dewan Redaksi, Redaktur Pelaksana, Sekretaris Redaksi, Staf Redaksi, RedakturDesk hingga Wartawan (Aceng, 2000: 17).

Berita adalah merupakan hasil dari proses kerja manajemen redaksional dengan sejumlah panduan atau kriteria mulai dari pencarian dan peliputan peristiwa di lapangan oleh reporter, proses editing oleh redaktur dan redaktur pelaksana, kemudian sampai pada proses seleksi layak muat pada sidang meja redaksi (Birowo, 2004:168).

Bagian redaksional merupakan bagian yang mengurus pemberitaan. Bagian yang di pimpin oleh seorang pemimpin redaksi ini bertanggung jawab atas pekerjaan yang terkait dengan pencarian dan laporan berita. Oleh sebab itu jajaran ini di sibukkan oleh proses rapat redaksi yang memutuskan peristiwa apa yang di angkat, peristiwa mana yang di tangguhkan. Dengan kata lain peristiwa yang terjadi di

masyarakat menjadi orientasinya, karena berbagai peristiwa yang terjadi tidak dapat dijadwalkan terjadinya, disiplin kerjanya terkait dengan waktu. berbagai pola waktu kerja redaksional itu disesuaikan karakteristik dan potensi medium massa yang menjadi saluran pemberitaan (Santana, 2005:188).

Untuk itu seorang pemimpin yang dibawah bidang redaksional dibantu oleh berbagai jabatan redaksional:

1. Pemimpin redaksi

Pemimpin redaksi (*Editor in Chief*) bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktifitas kerja keredaksian sehari-hari. Ia harus mengawasi isi seluruh rubrik media massa yang dipimpinnya. Di surat kabar manapun pemimpin redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional. Ia bertindak sebagai jenderal atau komandan yang perintah atau kebijakannya harus di patuhi karyawannya. Kewenangan itu di miliki karena ia harus bertanggung jawab jika pemberitaan medianya “digugat” pihak lain.

Pemimpin redaksi juga bertanggung jawab atas penulisan dan isi tajuk rencana (*Editorial*) yang merupakan opini redaksi (*Desk Opinion*). Jika pemred berhalangan menulisnya, lazim pula tajuk dibuat oleh Redaktur Pelaksana, salah seorang anggota Dewan Redaksi, Salah seorang Redaktur, bahkan seorang reporter atau siapapun dengan seizing dan sepengetahuan Pemimpin

Redaksi yang mampu menulisnya dengan menyuarakan pendapat korannya mengenai suatu masalah actual. (Asep, 2005: 12)

2. Sekretaris redaksi

Sekretaris redaksi membantu pimpinan redaksi dalam hal administrasi keredaksionalan. Misalnya menerima surat-surat dari luar yang menyangkut keredaksionalan, mengirim honor tulisan kepada penulis dari luar, membuat surat-surat yang di perlukan oleh pemimpin redaksi. Jika ada surat dari luar baik yang berkaitan dengan peliputan maupun sumbangan tulisan, surat tersebut di teruskan kepada masing-masing bagian. Jika surat itu isinya undangan liputan, tugas sekretaris redaksi meneruskan undangan tersebut. Sekretaris redaksi tidak di benarkan langsung memberikan undangan tersebut kepada wartawan.

3. Redaktur Pelaksana (*Managing Editor*)

Dibawah Pemred biasanya ada Redaktur pelaksana (*Managing editor*) adalah jabatan yang dibentuk untuk membantu pemimpin redaksi dalam melaksanakan tugas-tugas keredaksionalannya. Jumlah personil redaktur pelaksana antara satu penerbitan dengan penerbitan lainnya tidak sama. Ada yang cukup satu, dua orang ataupun tanpa redaktur pelaksana. Ini di sesuaikan dengan banyaknya isi penerbitannya. Biasanya tergantung dari jumlah halaman yang di terbitkan. (Djuroto, 2000: 20)

Tanggung jawab redaktur hampir sama dengan Pemred atau Wapimred, namun lebih bersifat teknis. Dialah yang memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh reporter.(Asep, 2005:13)

4. Redaktur (Editor)

Redaktur (editor) sebuah penerbitan pers biasanya lebih dari satu. Tugas utamanya adalah melakukan editing atau penyuntingan, yakni aktifitas penyeleksian dan perbaikan naskah yang akan di muat atau di siarkan. Di internal redaksi, mereka di sebut Redaktur, editor (*Desk editor*), redaktur Bidang, atau Redaktur Halaman karena bertanggung jawab penuh atas isi rubric tertentu dan editingnya. Seorang redaktur biasanya menangani satu rubric, misalnya rubric ekonomi, luar negeri, olah raga, dsb. Karena itu ia di kenal pula dengan sebutan “Jabrik” atau penanggung jawab rubrik. (Asep, 2005:14)

5. Wartawan atau Reporter

Di bawah para editor adalah para reporter. Mereka merupakan “Prajurit” di bagian redaksi. Mencari berita lalu membuat atau menyusun, merupakan tugas pokoknya. Jam kerja reporter adalah 24 jam sehari. Terkadang harus bekerja dalam keadaan bahaya.Mereka ingin dan harus begitu menjadi orang pertama dalam mendapatkan berita dan mengenali para pemimpin dan orang-orang ternama.

Seorang reporter untuk membantu tugas redaktur, seyogyanya melakukan penyuntingan (*editing*) sendiri terhadap naskah yang di buatnya, sebelum di serahkan ke redaktur. Mencari dan melaporkan semua peristiwa dan pendapat penting adalah tanggung jawab professional seorang reporter. Seorang reporter harus meneliti kebenaran sebuah berita beberapa kali sebelum ia menuliskannya (*check and recheck*). (Asep, 2005: 15)

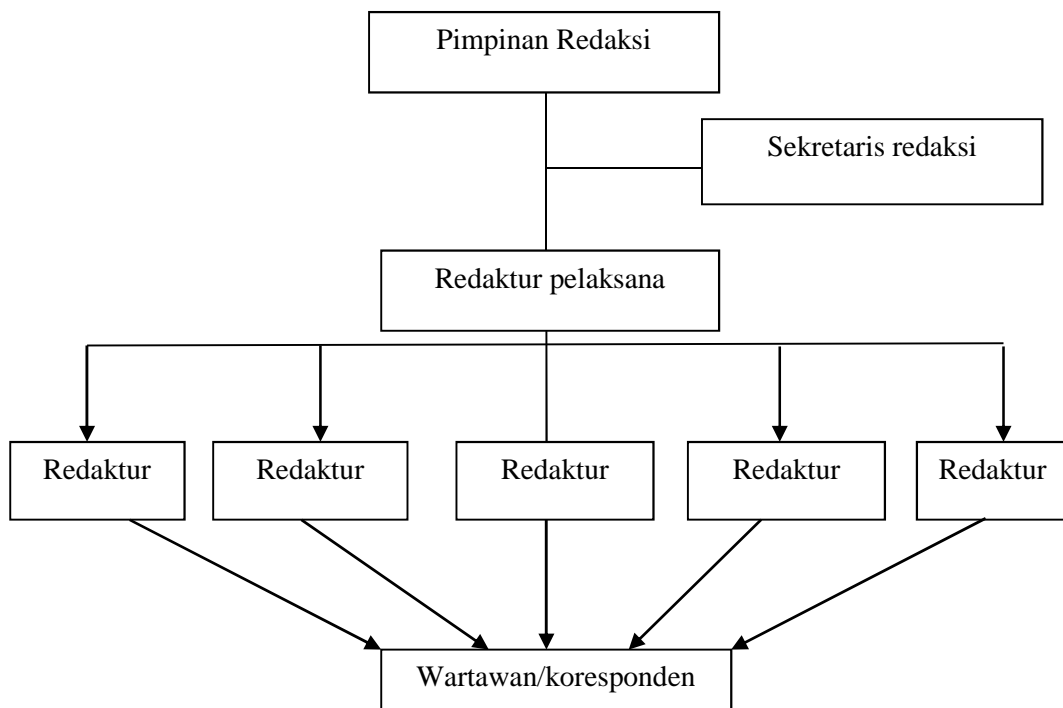
Reporter mencari dan mengumpulkan berita dari sumber berita. Sumber berita adalah manusia dan peristiwa. Reporter tersebut menulis naskah berita dari bahan berita yang di perolehnya. naskah berita di sampaikan kepada redaksi. Redaksi kan menimbang (Soehoet, 2003:83) sebagai berikut:

- a. Apakah naskah berita layak di muat atau tidak? Ukuran yang digunakan adalah pedoman kerja bidang redaksi
 - b. Kalau dimuat dihalaman berapa akan dimuat? Ukuran yang digunakan adalah daya pengaruh, yaitu sampai seberapa banyak orang memerlukannya?
 - c. Kalau sudah ditentukan halamannya, ditetapkan cara pemuatannya, jenis dan ukuran huruf, tempat untuk judul 1 kolom, 2 kolom, atau sampai dengan 9 kolom.
 - d. Barulah redaksi mengedit, mengolah naskah berita menjadi copy berita.
 - e. Copy berita ini diantar ke percetakan untuk di-zet, dikoreksi, diopmaag, dan dicetak.
6. Koresponden (stringer)

Selain reporter, media massa biasanya memiliki pula koresponden (*correspondent*) atau wartawan daerah, yaitu wartawan yang ditempatkan di Negara lain atau di kota lain (daerah), di luar wilayah di mana media massanya berpusat (Asep, 2005: 16).

Tugas dan wewenang koresponden sama dengan wartawan tetap di suatu perusahaan penerbitan pers. mendapatkan fasilitas yang sama dan berhak mewakili penerbitannya dalam kegiatan-kegiatan kewartawanan. Jumlah koresponden antara satu penerbitan dengan penerbitan lainnya berbeda. Ada penerbitan yang memiliki koresponden di setiap daerah tetapi ada juga yang hanya pada beberapa daerah besar saja (Djuroto, 2000: 23).

Gambar 1.1 : Struktur organisasi bidang redaksi adalah sebagai berikut:



Sumber: (Djuroto, 2000:25)

Yang di maksud yang dengan manajemen redaksional pada judul skripsi ini adalah proses atau kegiatan pemberitaan penerbitan pers melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan sampai dengan pengawasan meliputi tindakan peliputan, penulisan, dan penyuntingan.

d. Kualitas Berita

Kualitas di artikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Heizer dan Render (2001:171) mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan. Dikatakan pula sebagai totalitas tampilan dan karakteristik produk atau jasa yang berusaha keras dengan segenap kemampuannya memuaskan kebutuhan tertentu (Russll dan Taylor, 2000:78).

Kualitas dapat dilihat dari (Krajewski dan Ritzman, 1999:215): *Confermance to specifications* (Kesesuaian dengan Spesifikasi), *Value* (Nilai), *fitnes for use* (cocok untuk digunakan), *Support* (dukungan), dan *Psychological impressions* (kesan psikologi) (Wibowo, 2009:296).

Berita yang baik adalah berita yang mempunyai unsur aktual atau baru, jarak, terkenal (ternama), keluarbiasaan, akibat, ketegangan, pertentangan, seks, kemajuan, Human Interest, Emosi, Humor. Berita untuk media massa cetak surat kabar harus berfungsi mengarahkan, menumbuhkan atau membangkitkan semangat, dan memberikan penerangan artinya, berita yang dibuat harus mampu mengarahkan perhatian pembaca, sehingga mengikuti alur pikiran yang tertulis dalam berita tersebut.

Ada beberapa pakar mengemukakan sudut pandang (*Angle*) dan penekanan khusus untuk meruuskan nilai-nilai berita (*News values*) atau “nilai-nilai jurnalistik” yang menjadi standar kelayakan sebuah berita layak muat atau tidak.

1. *Berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca* (Dean M.Lyle pencer).
2. *Berita adalah sesuatu penuturan secara benar dan tidak meihak dari fakta yang punya arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat hal tersebut* (William S. Maulsby).

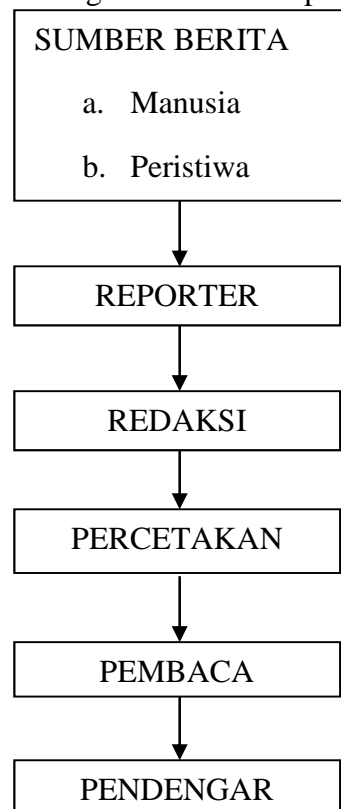
Jika kita telaah, definisi yang dibuat Michhel V.Charnley relatif cukup mewakili devinisi dari pakar lainnya yang menyebutkan ada empat unsur yang harus dipenuhi oleh sebuah peristiwa sehingga layak dijadikan berita. Keempat unsur tersebut menjadi ”karakteristik utama” sebuah peristiwa dapat di beritakan atau dapat di pblikasikan di media massa yaitu aktual, faktual, penting dan menarik.(Asep, 2005:37-40)

1. Aktual artinya peristiwa terbaru, terkini, atau hangat (*Up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*Recent event*). Dalam unsur ini terandung makna harfiah berita (*News*), yakni informasi tentang sesuatu yang baru(*New*). Berita adalah saat ini, sedang berlangsung, dan seringkali adalah kelanjutan dari hariatau saat sebelumnya.
2. Faktual (*Faktual*), yakni ada faktanya (*Fact*), benar-benar terjadi, bukan fiksi (rekaan, Khayalan atau karangan). Dalam unsur faktual

ini juga terkandung pula pengertian sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya atau laporan mengenai fakta sebagaimana adanya.

3. Penting artinya penting disini meliputi dua hal. *Pertama*, besar-kecilnya ketokohan orang yang terlibat peristiwa (*Prominence*). Peristiwa yang melibatkan orang penting selalu menarik perhatian orang.
4. Menarik artinya memunculkan rasa ingin tahu (*curiosity*) dan minat pembaca (*Interesting*). disamping aktual, faktual dan penting juga bersifat menghibur, mengandung keganjilan, memiliki unsur kedekatan (*Proximity*), mengandung *Human interest*, mengandung unsur seks dan konflik.

Gambar 1.2 Bagan berikut merupakan alur berita



Sumber: (Djuroto, 2000: 25)

e. Pendekatan Teori Komunikasi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori agenda setting. Teori ini dikenalkan oleh McCombs dan Donald L. Shaw. teori ini muncul sekitar tahun 1973. konsep Agenda setting memprediksikan bahwa agenda media mempengaruhi agenda publik, sementara agenda publik sendiri akhirnya mempengaruhi agenda kebijakan

Agenda setting meliputi tiga agenda, yaitu:

1. Agenda media, terdiri dari dimensi-dimensi berikut:
 - a. *Visibility* (visibilitas), yaitu jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
 - b. *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), yaitu relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
 - c. *Valence* (valensi), yaitu menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. Agenda khalayak mencakup dimensi-dimensi:
 - a. *Familiarity/Keakraban* (derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu).
 - b. *Personal lience/penonjolan pribadi* (relevansi kepentingan dengan cara pribadi)
 - c. *Favorability/kesenangan* (pertimbangan senang atau tidak senang akan topik).
3. Agenda kebijakan, mencakup dimensi-dimensi:

- a. Support/Dukungan (kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu)
- b. *Likelihood of Action*/Kemungkinan kegiatan (kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan)
- c. *Freedom of Action*/Kebebasan bertindak (nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah (Nurudin, 2007 : 198).

Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Agenda setting ini memprediksikan bahwa agenda media mempengaruhi agenda publik, sementara agenda publik sendiri akan mempengaruhi agenda kebijakan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis menggunakan teori agenda setting sebagai landasan bahwa apa yang diagendakan oleh manajemen redaksi tabloid azam melalui berita-berita yang disajikan tiap minggunya, disesuaikan dengan agenda yang telah dirumuskan sebelumnya.

2. Konsep Operasional

Setelah melihat lebih jelas tentang kerangka teoritis dalam penelitian ini, sebagaimana telah di jelaskan, maka untuk mnindak lanjuti dari kerangka teoritis perlu di operasionalkan secara konsepsi. Tujuannya adalah memudahkan penulis dalam mengoprasionalkannya. Peran manajemen redaksi tabloid AZAM terhadap kualitas berita. Adapun indikator-indikatornya adalah :

1. Perencanaan (*Planning*) manajemen dapat di lihat pada indikator.

- a. Mengadakan Rapat Proyeksi dalam menentukan pilihan liputan berita
 - b. Penentuan narasumber yang berkompeten
 - c. Menentukan porsi penulisan
 - d. Menentukan kebijakan penjudulan
 - e. Menentukan gaya penulisan
 - f. Menentukan teknis dalam pengambilan foto
2. Pengorganisasian (*Organizing*) Manajemen di lihat pada indikator:
 - a. Adanya struktur kepengurusan yang jelas
 - b. Penentuam Tim peliput dan pembagian tugas yang jelas
 - c. Adanya kewenangan yang jelas dalam melaksanakan tugas
 - d. Adanya tanggungjawab yang jelas
 3. Pengarahan (*Directing*)
 - a. Pemberian bimbingan dan motivasi
 - b. Adanya pelatihan terhadap bawahan
 4. Pengawasan (*Kontrolling*) manajemen dapat di lihat pada indikator berikut:
 - a. Mengadakan rapat evaluasi
 - b. Mengadakan penilaian terhadap kinerja teknis redaksional

G. Metode Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian ini di akukan pada media cetak tabloid AZAM di Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek penelitian ini adalah pimpinan redaksi atau wakil pimpinan redaksi, sekretaris redaksi, redaktur pelaksana, wartawan dan masyarakat

b. Objek Penelitian

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Peran manajemen redaksi tabloid AZAM terhadap kualitas berita.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diriset, menurut sugiyono (2002:55) menyebut populasi sebagai wilayah generalis yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudia di tarik suatu kesimpulan (Kriyantono, 2009: 151).

Adapun populasi yang terdapat di redaksi azam berjumlah 15 orang yang terdiri dari pimred, wapimred, sekretaris, redaktur pelaksana, redaktur, koordinator liputan,serta wartawan dll.

Sedangkan sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan di amati inilah yang disebut sampel. Di sini peneliti mengambil sebagian sampel dari keseluruhan di bagian redaksi tabloid AZAM yaitu pimpinan redaksi satu orang, wakil pimpinan redaksi satu orang, sekretaris redaksi, redaktur pelaksana satu orang, satu orang dari wartawan pencari

berita dan dua orang pembaca yang semuanya berjumlah tujuh orang dengan menggunakan *Purposive Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, kita memilih orang sebagai sampel dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian kita (Nanang Martono, 2011:79.)

4. Sumber Data

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah:

- a. Data Primer, melakukan wawancara dengan tujuh orang sebagai informen yaitu diambil dari Tabloid AZAM yaitu pimpinan redaksi satu orang, wakil pimpinan redaksi satu orang, redaktur pelaksana satu orang, sekretaris redaksi, dan satu orang dari wartawan pencari berita dan dua orang dari masyarakat.
- b. Data sekunder, berupa data-data dokumentasi Tabloid AZAM

H. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penulisan proposal ini maka penulis mengumpulkan data dengan cara:

- a. Wawancara, dimaksudkan untuk memperoleh keterangan, pendirian, pendapat secara lisan dari seseorang (yang lazim di sebut responden) dengan berbicara langsung (*face to face*) dengan orang tersebut (Musta'in Mashud dalam Bagong dan Sutinah, 210:69). Penulis melakukan wawancara dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada responden yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

- b. Dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah-masalah dalam penelitian ini, Dokumentasinya yaitu data-data yang diambil dari terdokumentasi dari keseluruhan. (Suharsimi, 2010:274)
- c. Observasi, yaitu memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Didalam pengertian psikologik, observasi atau pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek.(Suharsimi, 2010: 274)

I. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian deskriptif kualitatif, yaitu data yang di peroleh disajikan apa adanya dan kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan kalimat. Tekhnik analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat di temukan tema dan dapat di rumuskan hipotesis kerja seperti yang di sarankan oleh data (Moloeng, 2004: 103)

Proses analisa data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, observasi, dengan pengamatan yang telah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya. Setelah di baca dan di pelajari serta di telaah, maka langkah berikutnya ialah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan membuat abstraksi.langkah selanjutnya ialah menyusunnya dalam satuan-satuan, satuan-satuan itu kemudian di katergorisasikan pada langkah berikutnya, tahap akhir dari analisis sata ini ialah mengadakan pemeriksaan keabsahan data (Moleong, 2004: 190).

J. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulis, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Yang terdiri dari Latar Belakang, Alasan Pemilihan Judul, Penegasan Istilah, Permasalahan, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Yang terdiri dari Sejarah singkat Tabloid Azam, Visi dan Misi Tabloid Azam, Struktur Organisasi dan Profil Tabloid Azam.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Bab ini menyajikan tentang data proses peran manajemen dalam meningkatkan kualitas berita yang di peroleh dari penelitian di tabloid azam

BAB IV : ANALISA DATA

Yang berisikan analisa dari penyajian data

BAB V : PENUTUP

Yang terdiri dari kesimpulan dan saran

